

ANNE CAUQUELIN

ÇAĞDAŞ SANAT

KÜLTÜR KİTAPLIĞI

20 | 2. BASKI

DOST

ÇAĞDAŞ SANAT

ANNE CAUQUELIN

Türkçesi: Özlem AVCI

SANAT YAPITLARININ ÇOKLUĞU VE OLAĞANÜSTÜ ÇEŞİTLİLİĞİ, YARATTIĞI İÇİNDEN ÇIKILMAZ KAVRAM KARMAŞASI KADAR, ONLARI TARİHSEL BİR BAĞLAM İÇİNE YERLEŞTİRMEDE DE TÜRLÜ GÜÇLÜKLERE YOL AÇAR. BU KÜÇÜK BAŞVURU KAYNAĞI, ÇAĞDAŞ SANAT KAVRAMININ FELSEFİ VE ESTETİK ÖNCÜLLERİNİ TANIMLAMA GİRİŞİMİNİN ÖTESİNDE, TEMELDE "ÇAĞDAŞ" VE "MODERN" AYRIMI ÜZERİNE KURULAN TERMİNOLOJİK BİR İKİLİĞİ DE AÇIKLAMAYA ÇALIŞIYOR. SANAT ÇEVRELERİYLE ÜRÜNLERİ ALIMLAYAN KİTLE ARASINDAKİ İLİŞKİ, SANATÇILARIN TİCARİ VE KURUMSAL BAĞLANIMLARI VE SANATIN KAMUSAL ALANDAKİ VARLIĞI DA TARTIŞILAN BAŞLICA KONULAR ARASINDA.

Kültür Kitaplığı: 20; Sanat: 3





D

KÜLTÜR KİTAPLIĞI: 20

D

Anne Cauquelin

Felsefeci Anne Cauquelin çağdaş sanat ve özellikle peyzaj üzerine yaptığı çalışmalarla tanınıyor.

Cauquelin, Anne
Çağdaş Sanat
ISBN 978-975-298-195-9 / Türkçesi: Özlem Avcı
Haziran 2016, Ankara, 142 sayfa
Kültür Kitaplığı: 20; Sanat: 3

ÇAĞDAŞ SANAT

Anne Cauquelin

DOST

ISBN 978-975-298-195-9

L'art contemporain
Anne Cauquelin

Birinci baskı, Eylül 2005, Ankara
İkinci baskı, Haziran 2016, Ankara

Türkçesi, Özlem Avcı

Teknik hazırlık, Ferhat Babacan - DOST İTB

Erdal Akalın - Dost Kitabevi
Sertifika No: 12386
Paris Cad. No: 76/7, Kavaklıdere 06680 Ankara
Tel: (0.312) 435 93 70 • Faks: (0.312) 435 79 02
www.dostyayinevi.com • bilgi@dostyayinevi.com

Baskı, Pelin Ofset Ltd. Şti.
Sertifika No: 16157
İvedik Organize Sanayi Bölgesi, Matbaacılar Sitesi
1514. Sokak no: 28-30 Yenimahalle / Ankara
Tel: (0.312) 395 25 80-81 • Faks: (0.312) 395 25 84

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ

Kültürel alanların dağılmasına, sunulan eserlerin çeşitliliğine ve giderek artan sayılarına, afişlerle yoğun bir biçimde sunulan reklamların, dergilerin ve gazetelerin artmasına aldırmayan sanat eleştirmenlerine göre, bu çeşitlilik karşısındaki halk, çağdaş sanat karşısında şaşırmış gibidir. Bu, bu konuda yapılabilecek en basit ve en genel açıklamadır. En şaşırtıcısı da, Bastille ya da Beaubourg sokaklarında gezinen ve bir şekilde çağdaş sanatla uğraşmaktan bıkmayan halkın, tüm bu isteklere her zaman cevap vermeye hazır, kusursuz iyi niyetidir. Bu durumu biraz da kendisi hazırlamış olan halk, tecrübeleriyle, estetik bir değer taşımak ya da yeniden ortaya çıkan gücü elde etmeye çalışmak için kendisine sunulan her şeyi seyrederek birtakım alışkanlıklar kazanmış gibidir.

Bir yandan da, halk gerçekten eğitilmektedir. Ortaya çıkan standartlaşmış bir işaret gibi son yıllarda zorunlu olarak modernizm ya da modernite başlığı altında kültürel değerler aşılanmaya çalışılıyordu. Ayrıca, gelişmiş ülkeler sivil bir sorumluluk, bir görgü kuralı, hatta bir gelişme prensibi olarak, kendilerini belirleyen bilimsel ve teknik gelişmelere paralel bir kültürel gelişim fikrini kabul etmelidir.

Diğer yandan, böylesine bir kaygıya kapılmış olan halk, herhangi bir yatırımdan beklenen kârdan hemen uzaklaşabilen eserlerin getirilerinden de haberdardır.

Bu çifte çekicilik, halkın karşılaştığı belirsizliğin dayanılmazlığı ölçüsünde sunulur: "Bu eser değerli mi? Eğer onu satın alırsam, daha fazla değer kazanacak mı? Bu neden tercih ediliyor? Kendi düşüncemle mi hareket etmeliyim, ama benim düşüncem ne? Başkasının fikirlerine göre mi hareket etmeliyim, ama bunun ölçütleri ne?" Böylece uygulamadaki bedellerine göre ya da sanatçı tanındığı için geçerli olan (sadece listelerde tanındığı oranda) ve doğrulanan değerlere yönlendirilirler: Temel problemin dışında satın alınan şey, aslında, üzerinde hemfikir olunan büyük eğlenceler ve ritüellerle birlikte ve bunların içinde var olan, basit ve yalın seyirlerdir. Van Gogh'un sergisini MUTLAKA görmek gerek, Picasso Müzesi'ne MUTLAKA gitmek gerek. Kendini kültürlü yetişmiş olarak hissetmek için ödenecek bedel, sonu gelmeyen bir bekleyişi içeren ve sıkıntıyla başlayan bir törendir.

I. – Modern mi, çağdaş mı?

Maalesef burada söz konusu olan, kelimenin tam anlamıyla çağdaş sanat değildir. Bugünün sanatı, halkın onu algıladığı zaman içindeki sanattır. Genel olarak bundan, 20. yüzyıl modernliği anlaşılıyorsa, söz konusu olan "modern" sanattır. Eğer genel olarak modern kavramından 20. yüzyıl anlaşılıyorsa, işte burada bahsedilen modern sanattır.

Buna karşılık çağdaş sanat, kendi kendine ortaya çıkma, kalıcı olma ve kabul görme durumuna ulaşamıyor. Bu eşzamanlılığın bir arada özümlenmesi gerekir (ve burada açıklanmaya çalışılan budur). Hissedilebilir doğruluğun şimdisi, Hegel'de, *Tinin Fenomenolojisi*'nin ilk bölümünde bir saptamayla doğrudan kabul edilir. "Şimdi" tanımladığından daha öncesi değildir, henüz geçmiştir. "Burası" tanımlamasına gelince, onu içeren, kapsayan bir yerin oluşumunu gerektirir. Eğer gündelik yaşamın unsurlarından haberdar değilsek, sanatsal üretimlerin ihtiyaçlarımızın aciliyetinden ve temel çıkarlarımızdan uzaklaştığı ve neredeyse egemen bir alanı oluşturduğu ölçüde, sanat alanı söz konusu olduğunda özel bir ilgi ortaya çıkar.

Çağdaş olarak sanata kaygıyla yaklaşmak için, sanatsal ürünlerin toplamının "çağdaş" denilen bütünden ayrılan farklılıkları ve birtakım ölçütleri ortaya konmalıdır. Ya da bu ölçütler, ne eserlerin tek bir içeriğinde, biçiminde, yapısında ve kullanılan malzemelerinde, ne de avangard ya da benzeri bir akıma ait olmadıkları bir durumda araştırılmış olabilir. Gerçi, "şimdi"nin kontrol edilemez çoğulluğunun dağılması hiçe sayılmıştır. Gerçekten de hem felsefi ve edebi kayıtlarda elde edilen "kültürel" konularda (bozulmuş, eşzamanlı, boş, yıkılmış, artık ve yeniden onarılmış), hem de var olan farklılıkların değişim mantığının gelişimi içinde (neo, post, trans ve avangard olarak sınıflandırılan) çağdaş sanatçıların eserlerinin sorumluluğunu üstlenen yapıtlar, aynı zamanda sanat alanı dışında da okunabilirliğe sahip şeyleri incelemekten sorumluydu. Çünkü birçok sanatçının, zaman içinde, bu eğilimlerin çoğunun ait olduğu sanat alanında açıklanan farklı eğilimleri alfabetik olarak sınıflandırması yetmiyordu.

Bir yapının bir zarf, bir kutu olarak kaçınılmazlığı ortaya çıkıyor. Bu yapı, bir yandan çağdaş sanat ve çağdaş sanat dışı arasındaki ayrımı ortaya koyma gücüne sahip olmalı, diğer yandan kimi düzenlere göre dağınık açıklamaları bir araya toplamalıdır.

II. – Sanatın bedeli

Halkın çağdaş sanatla ilişkisinde her zaman sorulan ekonomik değer sorusuna sık rastlanır. Yani sanatın fiyatı. Gerçekten de eski eserlerin dikkate değer bir miktara ulaşmış olduğunu kabul etmek gerekirse, (mobilyalar için o dönemde söylendiği gibi, eski değerli, yani pahalıdır) çağdaş olanın bedeli de çok yüksek ve abartılı görünüyor. O halde, gerçek olmayan bir piyasadan, eserin kullanılabilir değerinden ve birtakım spekülasyonlardan da bahsedilmektedir. "Büyük" satıcılar, galeriler, türlü küçük simsarlar da bu değerin oluşumunda etkilidir. Burada bir çelişkiye dikkat çekmek gerekirse, eserlerin sayısı giderek artarken, müzeler, galeriler çoğalıp çeşitlenmekte, sanat hiçbir şekilde halktan uzaklaşmamaktadır.

Satıcılara karşı bu tavırda, eserlerin yol açtığı anlaşmazlığa karşı bir tepkiyi de görmek gerekir mi? Bu, böylesi bir oyuna katılmayı reddetmek için ekonomik argümanları destekleyen bir tavırdır. Yoksa sanat alanından kovulmuş, bir biçimde uygunsuz bir illet mi? Söz konusu olan, estetik unsurların kaybolması, bilgilerin yetersizliği ya da çağdaş sanata uygun olmayan olumsuz eleştiriye uğramış eserlerin bir uygulaması mıdır? Ayrıca, tüm bunlar geçmişin eserleri için geçerli kriter-

leri yansıtır mı? Bu durumda, sanatın, sanatçının, piyasanın ve amatörün var olması gerektiği bir durumda uzlaşılmış bir düşünceye, bir ideolojiye halkın katılımı söz konusudur.

Büyük bir karışıklığa son vermek için, bu görevin etrafındaki herkesin tüm bu faktörlere eşzamanlı olarak katıldığı görülmektedir.

Gerçekten de bundan çıkarılacak sonuç, halkın bir yandan sanat eserlerinin diğer yandan da –beklediği ve inandığı gibi– ekonomik bir dağıtım ağının olmadığı bir alanın, bir topluluğun farkına varmasıdır. Halk, söylemin algılanmadığı ve kendi bakış açısını öneren eserlerin ortaya çıkmaya çalışarak, belli belirsiz algılanan geniş bir "karışıklık"tan ayrılamadığı karmaşık bir topluluğun önündedir. Halk kendini aldatılmış hissedebilir; bu durumda bundan sonra bilginin giderek artması söz konusu değildir, bunlar zaten dergiler, gazeteler, kataloglar ya da özelleşmiş eserlerce yayılan, yanlı bilgilerdir.

III. – Sanat: bir sistem

Nitekim halkın evrensel bir görüşe sahip olduğunda yanılmadığı vurgulanmalıdır. Sezgisi doğrudur; sanatın iyi bir sistemi vardır ve bu, eserlerin içeriğinin anlaşılmasına olanak tanıyan bir sistemin bilgisidir. Arz talep şemasına dayanan bu sistem, açıkça ekonomik değildir. Ayrıca piyasanın saptamaları, onun bir yansıması olan eser üzerinde doğrudan bir etkiye sahip değildir. Nitekim, düzen, sistemdeki çeşitli aktif unsurların rolünü ve yerini çok iyi bilir: üretici, alıcı –koleksiyoncu ya da amatör–, ilk bakışta eleştirmenler, muhafaza-

kârlar, kurumlar, müze-devletler, Frac (Bölgesel Çağdaş Sanat Vakfı), Drac (Bölgesel Kültür İşleri Dairesi)... vs.

Bu, burada kendi çağdaşlığıyla açıklanmaya çalışılan bir sistemdir. "Çağdaşlık" bu sistemin hiçbir üstünlüğü olmadığını gösterir. Ne eserler ne de onların üretimleri ve eski sistemdeki düzenleri asla yargılanamadıkları bir karmaşaya sahiptir. Bu, tedirgin ve huzursuz bir durumdur: sanatın, yirmi yıl öncesinin kriterleriyle değerlendirilmesi, bu dönemin sanatını hiçbir şekilde anlaşılır kılmaz.

Bu durum birçok araştırmacıyı kaygılandırmakta ve akılları karıştırmaktadır: Sosyologlar, siyasetbilimciler, iktisatçılar, sanat eleştirisine, sanat tarihine ya da estetik teorisine özgü araştırma eksikliğini aratmazlar. Çağdaş sanat ve halk arasındaki bu farklılık, kavramın tüm açıklamalarında herkesi ilgilendiren genel bir sorun haline gelir.

Çok sayıdaki bu çalışmalar, onların mücadeleye bakışlarına göre her gün yeniden düzenlenebilir: Bu aşamada hedefe ulaşmak için üç *önemli çıkış yolu* vardır:

1. *Modernite kavramı.* – Çağdaş sanat, modern sanat olarak adlandırmaya karar verdiği şeyle birlikte bir kopuş ya da bir süreklilik'tir. O halde modernite, modernizm, modern sanat, avangard, postmodernizm kavramları da tanımlanırken dikkat edilmelidir. Çünkü söz konusu olan, sanat akımlarının içeriğinin de incelenmesidir.[1]

2. *Sanat piyasası.* – Yerleşik düzenin betimlenmesi, devletin, kültürel siyasetin, büyük sermaye gruplarının, uluslararası

1) Örneğin, A. Compagnon, *Les cinq paradoxes de la modernité,* Le Seuil, 1990.

sanatın rolü. O halde burada söz konusu olan üretici ve tüketici arasındaki işlevin belirlenmesi, etkili farklılıkların ortaya konması ve bunların güçlerinin değerlendirilmesidir.[2]

3. *Kabul.* – Bu çağdaş olan ya da olmayan sanatın yorumlandığı ortamların incelenmesidir. Hangi sunuşları, hangi sayıda ve kim, hangi sıklıkta tekrarlar? Yani bu, kanaatlerin ve sanatsal eğitimin eleştirel bir incelemesidir.[3]

Süregelen bu durum, değişimin nedenini sanatçıya yükler; güncel dağıtım hareketlerine katılan ya da bunlara karşı çıkan spekülatörler ve arabulucular, çok güçlü ya da yeterince güçlü olmasa da piyasanın düzenini bozan devlet siyaseti, kusurlu bir eğitimden geçen halkın konu hakkındaki bilgisizliği.

IV. – Bir engel: Sanat düşüncesi

Üzüntü ya da sitem biçimindeki bu açıklamaların basit bir önermesi de, çağdaş haliyle sanatın herkeste birtakım sorunlar yaratmasıdır. Ama bu, inceleme işlevini yürütenler için de geçerli olabilir...

19. yüzyılda ve 20. yüzyılın başında, çağdaş olmayan sanatın yenilikçi bir bakışla kusursuz bir niteliğe, ekonomik

2) P. Simmonot, *Doll'art*, Gallimard, 1990; H. Cueco ve P. Gaudibert, *L'arène de l'art*, Galilée, 1988; Y. Michaud, *L'artiste et les commissaires*, Jacqueline Chambon, 1989; *L'artiste, le prince, pouvoirs publics et création*, der., E. Wallon, PUG, 1990; *La mise en scène de l'art contemporain*, Colloque de Bruxelles, 1989, Les Eperonniers, 1990; Art contemporain et musée, *Cahiers du Musée national d'Art moderne*, No. 18, 1989.

3) Özellikle bkz. Publics et perception esthétique, *Sociologie de l'art* içinde, (yay. haz.) R. Moulin, Documentation française, 1986.

statüye sahip olup olmadığı, onun bayraktarlığını yapıp yokluğuna yerinecek duyarlıkta bir halk kitlesince dikkate alınıp alınmadığı sorulabilir.

Şüphesiz eserin ve sanatçının tarihin farklı dönemlerinde kabul etmiş olduğu farklı statüleri ve biçimsel farklılıkları unutarak, evrensel ve sürekli olarak tasarladığımız kimi fikirlerce sarmalanıyoruz. Örneğin, yenilikçilikle belirlenmiş bir zaman aralığının sürekliliği düşüncesi: sanat alanında genel olarak kabul edilmiş olmasına karşın, kendi yolunda ilerleyen eski bir ilerleme kavramı (kanıt olarak da, bir ilerleme kavramı olarak avangardlar), kurumsallaşan gücünden ayrılan bir sanat fikri (burjuva karşıtı sanatçı, reddedişin, devrimin değerleri, toplumdan dışlanma), herkes için değerlendirilen eserdeki bir değer tasarısı, (idealizmin tehlikeleri içinde engellenmiş olarak sanatın özerkliği ve ilgisizliği), anlaşılabilir bir sergiye dayanan eserin evrensel iletişim kurabilirliği (herkesin içinde olduğu bir yetenek sorunu), "anlam" düşüncesi (sanatçı anlamı sunar, bir dünya açar ve kendisini şeylerin gerçek doğasını görmeye adar. Bu konuda Kant'ın belirttiği gibi, "doğa sanatın kurallarını belirlemek için üstün yeteneği kullanır.")

18. yüzyıl kuramlarından (Kant, Hegel ve romantizm) ve 20. yüzyıldan (toplumsal eleştiri ve herkes için sanat) miras kalan eski ve yeninin oluşturduğu bu düşünce topluluğu akıllıca yerleştirildi ve boşuna çağdaşlığı yakalamaya çalışan bu iki dönem arasında gizli bir yer, bir perde oluşturdu.[4]

4) Krş. E. Kris ve O. Kurz, *L'image de l'artiste*, Ed. Rivages, 1979. Yazarlar, bu imgenin bahsedilen anlatılar ve söylenti aracılığıyla üretildiğini, hatta kurguladığımız birkaç noktayı gösteriyorlar.

O halde, gizlenen bu güncel sanat gerçekliğinin algılamaya çalışması ve bu kapalı ekrandan bize bir şey söylemesi gerekir. Bu, sadece bir durum tespiti değil, günümüz sanatının sorunudur, fakat öte yandan kendi tanıtımına engel olduğunu da gösterir. Bir başka deyişle, geçmişin sanat biçimini görmek, bizim kendi dönemimizin biçimini oluşturmamızı engellemektedir.

Oysa, bize göre, sanatla ilgili olarak geçmişte kalan (bu dündür), "modern" olduğu söylenen ve değerlendirmenin adilce yapıldığını, geçmişteki bir sanat gibi yeniden ortaya çıktığını düşündüğümüz sanattır. Zaten büyüklenmesine yetecek kadar kültür yüklüdür.

Şüphesiz, bu, var olan durumda, çağdaş sanatı görmeyi yasaklayan ünlü modern sanattır. Buna çok yakın anlamda, "yeni" görevini üstlenir ve biz de tüm güncel açıklamalara katılmaya çalışırız.

Böylece, bu çalışmanın ilk bölümünü, sanat alanında sanatın yeni durumunu açıklayan ve değerlendiren akımların incelendiği ikinci bölüme geçmeden önce, çağdaş ve moderni, düzenin –sistemin betimlenmesi– ve üretim araçlarını yorumlayan iki dünyanın genel niteliklerini belirlemeye ayırdık – "kırıcı"ların incelenmesi, bu karışık tepkilerine karşın halkın sanat ilişkilerinde yeni bir kavramın yolunu açan aldatıcı öneriler, parola ve emirler ya da şaşırtıcı olaylar. Nitekim, sanatsal faaliyetleri bu bakış açısından açıklamaya çalışacağız.

BİRİNCİ KISIM

SANATIN DÜZENLERİ

I. Bölüm

MODERN SANAT YA DA TÜKETİM DÜZENİ

"Modern", "modernizm" ve "modernite" kavramları hayli değişkendir ve birçok yoruma yol açmaktadır. Öyleyse, tutarlı bir açıklama yapmak için bu kavramların kullanılacağı yere göre tanımlanması gerekmektedir. Sonraki bölüm, basitleştirme pahasına, açık ve anlaşılırdır. Gerçekten kullanışlı bir yöntem olarak görülen olağan kullanımındaki dile güvenmek, sadece bilgi sahibi kuramcıların, eleştirmenlerin ve sanat tarihçilerinin dar çerçevesinin faydalandığı özel referansları gerektirmemekte ve halkın katılımına izin vermektedir.[1]

"Modern" sanat kuramcılarının birçoğu, eserlerin içerikleriyle, onları değerlendiren akımların sınıflandırılmasıyla ve onları ifade eden özelliklerin değerlendirilmesiyle ilgilenir-

1) Modern, modernizm, modernite, postmodernizm kavramlarının yerleşmesine adanan makalelerin ve eserlerin büyük çoğunluğu inceleme değerlerine tanıklık ediyor. Örneğin bkz. H. Meschonnic, *Modernité, modernité*, Verdier, 1988; *Les Cahiers du Musée national d'Art moderne*, No. 19-20, Haziran 1987 ve No. 22 Aralık 1987; A. Compagnon, *Les cinq paradoxes de la modernité*, Le Seuil, 1990.

ler. Bu, "modernizm" kavramının büyük kuramcısı ve eleştirmeni Greenberg'e göre ve "modernite" kavramında aynı şekilde farklı olan "modern" kavramı karşısında (Greenberg yandaşları olarak) onu izleyen eleştirmenlere ve tarihçilere göre açıklandığı gibidir. Gerçekten de, Greenberg'e göre modernizm, modern sanat incelemelerinin radikalleşmesidir ve dışa bağlı referansları ardında bırakarak sanata tam bir özerklik vermeye çalışan, hatta modern sanatı belirleyen fazlasıyla resimsel, basit bir soyutlama, biçimsel soyutlama niteliğini kendisiyle birlikte taşır. Bu, modernite (ya da kendi modernitemiz) olarak açıkladığımız şey, sanatın kendi kendini referans göstermesinin ve özerkleşme hareketinin tam ortasındadır.[2] Bu, diğer açıklamaların tümünün ve özellikle sanata dayanan "modern" kavramının bir kenara bırakılması ya da dahil edilmesidir. Kuşkusuz kavramlar arasındaki, hatta yakın anlamlılar arasındaki bu farklılaşma zorunluluğu, özelleşmiş olmayan halktan kopmaktadır.

İçerik çözümlemesi bir yana bırakılırsa, bu, bizi alıkoyan anlamın daha evrensel bir durumudur. Böylece, dile göre *modernizm*in kültürel ve toplumsal yenilikler karşısındaki tavrı, davranışı tanımladığını ortaya koyabiliriz. Modernist, bu durumun gerçekleştiği alanda yenilik için var olan şeydir. Aksine, geçmişe hayran da kalabilir. Modernist, moda akımları seven, onları büyük bir coşkuyla paylaşan, yaygınlaştıran ve onların üretimine yardımcı olandır.

Herkesin kısıtlı iradesine bırakılan bir davranışın göstergesi olarak, bu kavram, bizi burada alıkoymayacaktır.

2) Clément Greenberg, *Art et culture. Essais critiques*, Boston, 1961, Fransızca'ya çev. Macula, 1988. R. Krauss ve MichaelFried'in ilk çalışmaları.

Soyut bir kavram olarak *modernite*, belli bir toplumda ve belli bir zamanda görülen kültür ve toplum incelemeleri bütünüdür. Bu başlıkta "modernite" kavramı, şu anda 1991 yılında (bu 1991 bizim modernitemizdir), bu dönem kültürünün kabul edilmek istenen dönemin, hangisi olursa olsun başka bir döneme dayandırılmış olması gibi, bize göre çağdaş olan döneme de dayandırılmış olabilir. 1920'nin, 1950'nin ya da 1960'ın da bir modernitesi vardır. Bu kavramın kullanılması konusunda burada yapılacak tek açıklama, sosyal tarihsel bir düzene dayanmış olmasıdır: Bu, sadece, modernitenin kimi etkili toplumsal gruplarca istendiği dönemdir. Yenilikçi olması halinde kendi döneminde kabul edilmiş olmasının bir göstergesi, yani klasik değerler karşısında eleştirilmesi, özellikle aydınların, sanatçıların ve kimi düşünce üreticilerinin işidir. Buna göre, 17. yüzyıldaki modern ve eski toplumların klasik mücadele biçimi her zaman kabul edilebilirdir. Kabul edelim ki, bu biçim, 19. yüzyıldan itibaren normatif olmaya yöneliktir. Ayrıca, bunun yersiz bir biçimde yok olacağı konusunda modernitenin bir dayatması da vardır. Bu durumda modernite, kendi içeriği düşünüldüğünde, modernin mızrağıdır. Demode olma kaygısıyla modern olmak gerekir. Bu durumda modaya ve yaşam biçimlerine göre bu iki kavramı yorumlamak gerekmektedir.

Eğer kavramın[3] tarihselliği, 5. yüzyılda Latin kültürü dönemine tanıklık etmiş olan *modernus* kavramından bu yana ve hep yenilgiye uğrayan bir zamansallığın, bu düşünceyle

3) Edebiyat geleneğinde modernite ve günümüz bilinci konusunda çok iyi bir çalışma olan H. R. Jauss'un *Pour une esthétique de la réception*, (Gallimard, 1978) adlı eseri incelenebilir.

birlikte Ortaçağ, Rönesans ve 17. yüzyılı da geçerek çok eski bir geleneğe yerleşmiş ve herhangi bir biçimde sınırları da belirterek, geçmişten günümüze karşı olan tüm dönemlerini kapsayabilmişse, bu, sadece "modernite"yi "moda"da birleştirmeye karar kılan Baudelaire'in (1859) *Modern Yaşamın Ressamı* ve *Estetik Kaygılar* adlı eserlerinden ibarettir. Modaya geçici zamansallığın, olaysallığın özel bir değerini vererek –"geçici olandan sonsuzluğu elde etmek, tarihte şiirselliği de kapsayan şeyi, *moda*yı ortaya koymak"– Baudelaire, düşünürde, sanatçıda tarihsel ve toplumsal şartları kabul ettiren değişimlere kaynak olan bakışın, "değişken" bir bakışın sanatsal kavrayışını vurguluyordu. Bu, "moda"ya ve "şimdi"ye dayanan ikili ve anlaşılmaz bir gerekliliği gözler önüne sermektedir: "Modernite geçici, kısa süren ve tanımsal olarak temeli olmayan, değişmez ve sonsuz olan 'sanatın diğer yarısını' ortaya koymak için ondan ayrılan bir parçadır." "Yeniyi bulmak için bilinmeyene dalmaktır." Bundan böyle, "yeni" ya da "modernite" estetik dizgenin bir sözcüğü olacaktır.

Böylece modernite kavramı ve estetik uygulama, *modern sanat* olarak adlandırılacak üründe bir araya gelmektedir.

Burada, 1860'lı yıllarda yerini alan sanatın bir yönünü niteleyerek, *modern* kavramını –modern tanımı da bu dönemde ortaya çıkmıştır– kullanacağız ve çağdaş sanat olarak adlandıracağımız şeye müdahale edilinceye kadar devam edeceğiz. "Modern" adlandırmaya bağlı bu tarihsel durum, anımsadığımız kavramsal içerikleri anlatmaya şimdilik yeterli olacaktır: yenilik üslubu, akademik sanatın reddi, sanatın ikiyüzlü, aynı zaman da "değişken" (geçici) ve "maddi" (sonsuzluk) durumu. Devamında, kendi gelişimi içinde, modern

sanat, endüstriyel çağın büyük ölçüde tanımlanan ekonomik dönemine aittir. Burada da varılan nokta tüketim toplumudur.

Modernite, sanat ve endüstriyel sistem. – Bu durum, kitlesel tüketimdöngüsünde ilerleyen bir anlaşma gibi, "ürünün" gerçekleşmesinde sanatın statüsünün değişkenliğini ve endüstriyel bir ürünün estetik bir ürüne dönüşmesine (ya da geçişine) paralel belirtilerin birçoğunu kontrol eder. Yeniden tüketilmiş ve yenilenmiş olmak için ürünün tamamının tüketilmiş olması gerekir. Bu, aşırılıkla ya da eksiklikle, kabulle ya da redle modern sanatı belirleyen tüketim her yerdedir. Bundan sonra, sanatın özel alanının etkenlerini belirlemek için genel tüketim sisteminin özelliklerinin açıklanması önemlidir: sanatçılar, araçlar ve halk.

Burada, ne ekonomik olanın belirlediği, ne de eserlerin belirli bir sosyal gerçekliği yansıttığı ileri sürülebilir, fakat basitçe eserlerin dolaşımı, sanat alanının farklı aktörlerince meşgul edilen alanlar ve halk tarafından eserlerin kabulü, bir yandan belli bir zamanda tanınmış sanat ve sanatçı imajını, diğer yandan da değişebilen bu imajı belirleyen, yaygınlaştıran ve etkili bir biçimde ona sahip olan mekanizmaları bir araya getirir.

Nitekim, eserin özgünlüğünden, baştan çıkarma gücünden ve aynı zamanda ekonomik ve estetik olay örgüsündeki değerinden sorumlu olan bu aktörlerin konumu, kendi kendilerine, bir toplumun kendi üretim değeri olarak yüklendiği değere ve bu değeri kullanmayı istediği biçime, düzenin hiyerarşik yapısının sanatı ortaya koyduğu alana bağlıdır.

I. – Tüketimcilik ya da modern toplum

Uzaklaştığımız toplumun özelliklerini 19. yüzyılın sonundan 1980'li yıllara kadar çok daha net görüyoruz. Uzaklaşma etkisi kısaltmalara, hatta açıklayıcı anamorfozlara olanak tanıyor: Böylece 1968 jenerasyonunun en iyi zamanlarını yaratan "gösteri toplumu" *a posteriori* olarak bir tüketim dönemindeki gerçeği ifade eder. Mevcut durum ve yöneticilere karşı tepkiler, yerleşik ve 1968 krizinden önce işletilmiş olan mekanizmaları içeriden bir unsur olarak açıklar. Bu, "tüketim toplumuyla" aynı anlama gelmektedir.[4] Ürünler gösteri biçiminde tüketilir, ürünlerin tüketim sembolü olarak ürünler ve ürünler olarak heyecan verici semboller tüketilir. Kısaca tüketilir. Neden? Nasıl? Çünkü malların piyasaya sürülmesi ve piyasada dolaşması gerekir: ki bu akış kuramı, burada ekonomide dile getirilen aynı kuramdır: para sürekli dolaşım halindedir, bu sürekli akış aracılığıyla sahip olduğu yönü kaybeden nesneler de onunla birlikte sürüklenir. Hep aynı ve hep farklıdır. "Bir nehre iki kez girilmez."[5]

Yaygınlaşan tüketim hareketi, bundan kaçınmak için, aynı ve farklı arasında ve yeniden elde edilen ve akış arasındaki bu gerilimden kaynaklanır. Burada ele alınan, 1860'lara doğru yeniden tanımlandığı gibi, "modernite"nin bu zoraki çifte tanımının gözden geçirilmesidir: kumu sonsuzca akıtan ve zamanı hesaplayan bir kum saati gibi, akışı izler ve onu yeniden ele alır.

4) J. Baudrillard, *La société de consommation*, Gallimard, 1970.
5) Herakleitos, frag. 91, çeviren Bollack.

Bununla birlikte, aynı olanın tüketiminde, üretimin süreğen devamlılığı için mekanizmaya, işleyişe ve çarklara da ihtiyaç vardır.

Böylece, değişken ve dört bir yana yayılan büyük sanayi mekanizması ortaya çıkar ve "piyasa" olarak adlandırılır, fakat büyük bir hızla ortaya çıkan ihtiyaçlara göre basit arz ve talep kuralının hiçbir değeri yoktur: talebi oluşturması, olaya yol açması, onu kışkırtması, kamçılaması, üretmesi gerekir. Zira modernite ortaya çıkmaktadır.

1. Çizgisel bir düzen. – Hatırladığımız incelemeler, klasik endüstriyel sistemden tüketim sistemine geçişin en son aşamalarını güçlü bir şekilde parçalara ayırır. Böylece küçük ve orta burjuvanın gücünü birleştirmesiyle 1850'li yıllarda hareket ortaya çıkar. Unutmayalım ki, 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın ilk yarısı, toplumsal hareketlerin, çalışma, adil ücret ve ifade özgürlüğü konusundaki isteklerin temelini oluşturan değişim ve kullanım değerinin sürekli çatışmalarla karşı karşıya olduğu ekonomik kuramlar üzerine tartışmalarla geçmişti. Borsa spekülasyonları ve ekonomik iflaslar sürdüğü halde, orta sınıf yavaş yavaş ortaya çıkıyor ve kendi tarzı, davranışı ve düşünceleri ile yerleşiyordu.

Özel mülkiyete olanak tanıyan çalışma ve ilerleme değerleri (toplumsal ölçekteki gelişmelerle birlikte teknik ve bilimsel gelişmeler), hepsinin çok iyi bilindiği üçlü akış şemasına uyan bir modeli oluşturmaya yardımcı olan tarzları (kültürü ve iyi bir biçimi uyguladığı ölçüde) ve eğitimi vurgular: üretim, dağıtım ve tüketim. Sadece iyi malzemelerle değil, sembolik malzemelerle de ilgilenmeyen bir şema. Üre-

ticiler: hammadde üreticileri, büyük ve küçük ölçekli firmalar, ama bunun yanı sıra, eğitimciler, aydınlar (bilimsel ve edebi), sanatçılar da. Dağıtıcılar: tüccarlar, aracılar, satıcılar. Tüketiciler: istisnasız herkes (zira, yoksullar ve sefalet içinde olanlar da aynı şekilde herhangi bir şeyi tüketirler.) Böyle bir sistemde, pozisyonlar net ve iyi bir biçimde tanımlanmış ve hiçbiri kendine yer bulamamıştır. Hatta bu dengenin sürekliliği önemlidir. Bunun için iyi şeylerin tüketimini ve üretimini en az ölçüde tutmalı, hatta daha da iyisi zaman yitirmeden üretimi yeniden başlatmalıdır. Bu durum, burada bir kuralı olan bütünlüğün dengesi için yıkım hiç durmaksızın, hızla sürer. Üretim ve tüketim kanalının iki ucu da sürekli bir meydan okuma halindedir. Bu iki uç birbiri için kaçınılmazdır, zira işleyişi için tüketici, üreticiden daha az gereklidir. Bu şu anda tüketen ya da sadece tüketim potansiyeli olan bir aile üyesi, bir müşteridir.

2. Talep üreticileri, aracılar. – Bir anlamda tüketicinin de üretildiği ileri sürülebilse de, tüketici, şemanın çizgisel süreğenliğindeki akışa yerleşmiş gibidir: talebi o üretir. Aracılarca, tüketicinin çevresinde üretilen talebi de üretir. Burada, satın almaya yönlendirmede ve tüketime teşvik etmede "reklam"ın sorumluluğunu üstlenir. Böylece üreticiler ve aracılar kendi kazançlarını elde ederler. Eğer biri burada yer alıyorsa, bununla birlikte üreticinin ve tüketicinin çevresindeki sistemi sürdürmeye çalışır: bu işleyişle birbirlerine bağlanırlar. Bu mekanizmanın da bozulabileceği, karmakarışık olabileceği, tüketicilerin kendi kendilerini tüketme çabalarının yetersiz olduğu piyasa çalışmalarında, satış senar-

yolarına kadar farklı işlevler içinde, kendi kendilerine uzmanlaşan aracı sayıları da (bu aracılar "medya araçları"dır) artarak basit bir reklamın, reklamcılık sisteminde olgunlaştığı çok iyi anlaşılmaktadır. Şema karmaşıklaşır, hedefler çoğalır: gençler, yaşlılar, emekliler, memurlar, işçiler, ev kadınları ya da bekârlar, farklı davranışları gerektirirler; reklamlar giderek daralan grupların çılgınca artışıyla izlenir. Oysa, bütünsel olarak tüketicilerin sayısı artmaktadır.

Rollerin dağılımında, üretim ve tüketim arasında bir bağ oluşturan aracının yeri ağır basar. Burada istenir ürünleri kabul eden keskin bir çıkış görülmekte, talep etkinleşmektedir. Ayrıca bildik "ihtiyaçların" üretimiyle uyumlu bir üretimi kışkırtarak satıcının dolaşımını düzenler, uygun hedefleri belirler ve onları birbirinden ayırır. Bunlar gerekli olduğuna göre, özellikle yenilenmeye uygun bir alan bulacaktır: kültürel alan, "sembolik ürünler". Burada, bu düzeni oluşturan, ölçütleri belirleyen ve dönüştüren ve bu ihtiyaç çeşitleri için modelleri yenileyen, bu aracıdır.

Sonuçta, büyük ekonomik yoğuşmanın artması, satış noktalarının ve aracıların çeşitlenmesi, alıcıların parçalanması ve buna paralel olarak, daha büyük bir tüketime giriş, toplumsal bir başarının göstergesi olarak maddi ürünlerle olduğu kadar sembolik ürünlerle de ilgilidir; hatta tüketimin mantığına uygunluğun basit bir göstergesi olarak, yani tamamlanmış toplumsal alışverişi de içeren genel bir alışveriş sisteminde, her birinin tüketici olarak uygunluğuyla da.[6]

6) J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 1972.

Böyle bir bağlamda, bu, modern sanatı ilgilendiren şeyin oluşturmaya karar verdiği durumdur. Ortaya çıkışı ve sistemdeki oluşumu, bu şema üzerinde uzun zaman geçerli olacaktır.

II. Sanat düzeninde tüketim düzeninin etkileri

1. Akademi'ye karşı. – 1860'lara doğru modern sanatın başlangıcında uzlaşmaya varılmışsa, bu bir tesadüf değildir. 19. yüzyılın sonunda, yöneticilerin kışkırtılmasıyla, ödüllü sanatçılarla uzlaşmaya varılmasıyla, sanatçıların kariyerlerini geliştirmeleri için kurulmuş olan Akademi'nin üstünlüğünü yitirdiği görülür. Peki neden bu gerileme? Bu, II. İmparatorluk'la birlikte karmaşık bir dönemin ardından gelen endüstriyel gelişim yüzündendir. Burjuva sınıfının zenginleşmesi, potansiyel sanat alıcılarını buna yönelmeye zorluyordu. Oysa, diğer yandan, ressamlar daha az otoriter, daha az merkeziyetçi bir statü istiyorlardı. Paris Salonlar'ı da özgürleşerek ya da beğenilmeyen ressamların ürünlerini reddederek, dağılan jürisiyle onları tatmin etmeye çalışıyordu. Serbest ve esnek bu sistemin istediği ürünleri sergileyebilme hakkıydı. Sonuçta, 1848 Salonu'nun "serbest" sergilere de açıldığı açıklandı ve 1847 yılında 2536 resmin sergilendiği Salon'da, bu serbestlikle birlikte 5180 resim sergilendi: böylece bir yılda sergilenen resim sayısı iki katına ulaştı. Paris'te yeniden bir araya gelen 3000 civarında ve Paris yakınlarında çalışan 1000 civarında ressamın eserleri vardı. 1850 yılından sonra bir yılda üretilen resim sayısı 200.000 civarındaydı. Bu, dikkate değer bir artıştır.

Böylece, bu ani artış, Akademi'nin tek bir okulunda –Les Beaux Arts–, tek bir salonun –Paris Salonu– tek bir jürisiyle (üyeleri sık sık değişse de) elde edilmişti. Devlet desteğini almaya ve yeniden tanınmaya olanak tanıyan dış yardımlar, madalyalar ve birçok ödül, benzer baskılarla karşılaştı.

"Kraliyet Akademisi'nin uzun zaman önce kurtulduğu ekonomik işlevlerin eksikliği, bundan sonraki dönemde fazlasıyla hissedildi. Hôtel Drouot, bireysel sanat eserlerinin satışına izin veren iktidarı destekleyen akademik yapının sunduğu tek olanaktı. Daha sonra, burada örgütlenmiş olan açık arttırmalarda satın alınan eserlerin büyük bölümü eski ve antik eserlerdi. Akademik sistem, genişleyen alıcılar içinde potansiyel olarak varlığını sürdüren değişken piyasada ne sanatla ilgilenmiş, ne de sanatı geliştirmişti. Karşılıklı olarak, bu değişken piyasayla birlikte, sanatsal kimliği de cesaretlendirmemişti."[7]

Bir diğer boşluk ise, birbirine paralel ve zıt iki inanç arasındaki uyumsuzluktur: Bu, eserlerin satışlarının ve tanınmalarının bağlı olduğu "ciddi" yargı gücüyle donanmış resmi bir kurumun gerekliliğiyle ressamların inancı ve bir topluluğun yargılanmasındaki inançtır.

Bu uyuşmazlığın ve çelişkilerin karşılığı nedir? Salonların uzmanlaşması ve merkezden ayrılması, bir başka deyişle, bağımsız bir pazarın açılması: "Eleştirel bir ticaret sistemi."[8]

7) H. ve C. White, *La carrière des peintres au XIX^e^ sciècle*, 1965, fr. çev., Flammarion, 1991, s. 157.

8) H. ve C. White, *La carrière des peintres au XIX^e^ sciècle*, a.g.e.

2. "Özgürleşme" ne demek? – Modern sanatın akademik sanat karşısında sürdürmek istediği "özgürleşme", üretim ve tüketim sisteminin bir belirtisi olan ekonomik liberalizmle epeyce yakınlaşıyordu. Bununla birlikte, sanatın bu özgürleşmesi, resmi başarının gerçek değerlerine yapılan bazı eklemelerin yeniden açıklanması anlamına gelmiyordu. "Akademi karşıtı", bu sistemce doğrulanan ve savunulan değerlerin reddedildiği, sanatın ve sanatçının üstünlüğünü yönlendirecek düzen yetersizliğini belirginleştiren sistemin bir sözcüğüydü.

Gerçekten de, akademik "başarı" yeniden tanınma, kabul ve zenginlik demekti. Eğer yıllık Salon sergileri ve salon jürisi sanatçıların artan çoğunluğunu kabul edilebilir ya da kabul edilemez amacı için yeterli değilse, gayrı resmi herhangi bir kurumun kimliksel bir işlev sağlamakla görevlendirilmesi gerekliydi: yeteneğin keşfi ve ödül. Değerler aynıydı ve dağıtımı basit bir şekilde el değiştiriyordu. Bundan böyle, bu, Büyük Salon'un ve onun kararlarını izleyen özel kurumların sorunuydu. Satıcılar, tüccarlar ve onların yardımcıları: eleştirmenler ve hedefleri; müşteriler, alıcılar.

"Sergiler, resmi mekânlardan uzaktı: Courbet'nin ve Manet'nin, 1867 Evrensel Sergisi'nde kendi pavyonları vardı. İzlenimciler, Nadar'da (1874), Durand-Ruel'de (1876) ve daha sonra Le Peletier sokağında bir lokalde (1877) yeniden bir araya gelme kararı aldılar. Hareketlilik, Durand-Ruel gibi ticari sergi galerilerinde ya da 1862 yılında meslek derneklerindeki çalışmalarda özel girişimden yana yer değiştiriyordu."[9]

9) *Anthologie de la critique d'art en France, 1850-1900*, (J.-P. Bouillon, N. Dubreuil-Blondin, A. Ehrard, C. Naubert-Riser tarafından sunulan ve bir araya getirilen metinlerden oluşuyor), Hazan, 1991, s. 100.

3. **Eleştirel Pazar.** – Devlet, siparişleri kendi içinde eritemediğinde, başka bir topluluk onun yerini almalıdır. Ama bunun için, bilgi sahibi olması ve bir akımın reddedilen ya da akademik sistemin dışladığı ressamların büyüyen payından yana bir düşünceyle ortaya çıkması gerekmektedir. Bu çaba, buraya kadar "etkili olan", fakat bir sanatçı ya da bir sergi için kendi yorumlarına ihtiyaç duyulan –sunum, destekleme, eleştiri– ve eserlerin değerlendirilmesinde vazgeçilmez bir bağ olan önemli bir kişi tarafından hesaplanmış olmalıdır: yani, eleştirmen.

Yazarlara, gazetecilere, hatta tefrika yazarlarına göre, henüz yerleşmiş ve okumaları üzerinde etkili olan eleştirmen, çok geniş bir topluluğa arabuluculuk da yapmalıdır: amatörlük ya da temel merak ölçüsünde. Eleştirmen düşünce üretir ve genel olarak eser, sanat ve sanatçı imajının oluşmasına yardımcı olur – ve özellikle dikkat etmesi gereken belli bir sanat ve sanatçı grubunun eseridir.

Böylece ikili ya da daha çok üçlü gruplar oluşur: Kendi eleştirmenleriyle satıcılar, kendi satıcılarıyla sanatçılar ve onları destekleyen eleştirmenler. İki karşıt görüşün bulunduğu bir sistemde resmi yetkililerle anlaşmazlık içinde olan muhalif bir grubun desteklenmesi kolay olmayacaktır, ama açık bir pazarda zekice oynanan ve eleştirel ününe güvenilen sanatçıyla ya da grupla karşılaşmak da söz konusudur. Zira bunlar, bazıları gibi onlara bir isim vererek akımların ortaya çıkmasına yol açan eleştirmenlerdir.

Örneğin, "İzlenimci" kavramının, Monet'nin *Bir İzlenim: Gündoğumu* resmiyle ilgili olarak, Nisan 1974 tarihinde *Charivari*'nin bir makalesinde Leroy tarafından ortaya atıl-

dığı biliniyor. Bir meydan okuma olarak ortaya çıkan kavram, daha sonra bütün grubun aynı düşünce etrafında toplanmasına da yardımcı olmuştur.

Bundan böyle, eleştirmenin rolü, hem onu muhalif bir gruba sokarak, hem de basit ve orijinal haliyle bırakarak, sanatçıya bir "yer" bulmaktır. Bu, onlar üzerindeki etkilere aracılık eden yorumsal bir incelemeyle –nitekim bu çok hatalıdır– dengelenen bir orijinallikti r. Çünkü kendi yazılarında ya da gazetecilik üslubuna göre oluşması, halkın dikkatini çekmekte, böylece ürün satın alınmaktadır. Diğer yandan, eleştirmen hem sanatçıyı, hem de kendisini tanıtır. Her zamanki uğraşlarının yanı sıra, sanatsal olayları yorumlayan tanınmış yazarların aksine, bu tanınmaya ihtiyacı vardır. Aracılık yapan eleştirmen, var olabilmek için kendini göstermelidir.

Eleştirmen uzmanlaşmış olarak gazetelerde yazarak kendini gösterir.

1850 yılında, sanat alanında bir düzine kadar olan uzmanlaşmış süreli yayın sayısı, 1860 yılında yirmiye çıkar. Sanat sayfalarına, köşelerine sahip olan gazetelerin, "Salonlar"la ilgili konulara adanan *Revue des Deux Mondes* gibi dergilerin sayısı ise tam olarak bilinmiyor. 1859 yılında, Charles Blanck *Gazette des Beaux Arts*'ı kurar ve 1861 yılından itibaren bu alandaki kurumların sayısı hızla artar: *Courrier artistique*, *La Revue fantaisiste*, *La Chronique des arts et de la curiosité*, *Petit journal*, *Nain jaune* bunlardan bazılarıdır.

1882 yılında yıllık Salon organizasyonlarında devletin sorumluluktan kurtulması ve bundan sonra da kendi işletmelerini üstüne alan Fransız Sanatçılar Derneği'nin kurul-

ması, bugünkü övgü ve eleştirilerde tek yetke olan eleştirmenlerin görevine büyük bir önem atfediyordu.

4. Eleştirmen ve tarzın yargılanması. – Yeni bir yargılama biçimi, akademinin dışında ve ona karşı, eserlerin bedelini ve bakışını oluşturan bir düzenden kaynaklandığına inanmamak gerekir. Mevcut değerler de aniden değişecektir. Sanatın zirvesine bir yıldız gibi yükselen eleştirmen, bu oyunu birdenbire değiştirmez. Nitekim inandırmaya çalıştığı halk ve sanatçı arasında bir aracı olarak, daha önce bilinen değerlerin yanında durmalıdır. Gerçekten de, kendine bir yer edinerek, Salon jürileriyle yer değiştirir. Dolayısıyla Akademi'deki sanatçılar arasında aynı hiyerarşi ve aynı konular bir süre daha devam edecektir. İlk döneme mitolojik konulu resimler, nüler ve portreler yaygın bir biçimde hâkimdir.

Manzara resmi baskın bir hal almadan önce, geçerli bir özne gibi yavaş yavaş su yüzüne çıkar, ama hâlâ temel bileşeni oluşturan figürlere bağlıdır.

Pissarro, Manet ile Renoir'ın uzak durmalarına karşın, Millet, Breton ve Bastien-Lepage, bileşenden vazgeçmedikleri için ilgi görmektedirler.

Sergilere ciddi olarak gelen halk topluluğuyla eserler yığınını sınıflandırmak, birbirinden ayırt etmek ve sıralamak gerekiyordu. Bu düzen, ressamların karşılıklı olarak önerdikleri yeni "figürlere" dayanıyordu. Eleştirel tavır ise bunu vurguluyor, altını çiziyor ve irdelediği eserlere belli bir gecikmeyle eklemleniyordu.

Bununla birlikte, değişim iki noktada gerçekleşiyordu: Bağımsız sanatçıların varlığı, eleştirmeni kendi alanını seç-

meye, içinde bulunduğu durumu doğrulamaya zorluyordu. Kendi değer yargısı, sadece ressamın tercihiyle ya da "konu"yla ve az ya da çok başarılı olan incelemesiyle fazla ilgilenmiyordu. Fakat kendi "ideolojik tercihini" yapması gerekiyordu. Bu muhalif akımlara karşı mıdır, yoksa onları destekler mi? Yoksa serbest piyasanın bir aktörü olarak mı ortaya çıkar? Bunların karşılığı zorunlu olarak farklıdır.

Eğer "serbest" oyuna girilecekse, eserlerin konularının buraya kadar uygun olan yalın bir edebi betimlemesiyle plastik biçimin tercih edilmesi noktasında bırakılmalıdır. Eleştirmen, uygulama alanında yepyeni bir görünüm kazanır ve küçük bir örneği, bir konuyu aydınlatma, açıklama etkisini değerlendirir. Öncelikle eserin ayrıntılarına değinir ve böylece, bu konuda bilgi sahibi olmayan halkın gözünde, ne konuştuğunu bilen gerçek bir profesyonel haline gelir. Böylece genç yazar, toplumdaki yerini elde eder ve ün kazanır. Ayrıca ekonomik kazanımlar ve sanatsal bakış açılarının yenilenmesi, yazarın kendini ifade etmesine olanak tanır.

İdeolojik ve "siyasal" olan ilk tercih, eleştirmenle birlikte bir biçim zorunluluğunu gerektirmekteydi. Klasik akademik gelenekten vazgeçmek, öznelerin betimlenmesi gerektiği ölçüde, eleştirmen *zorunlu olarak* kendini yenilemeye çalışırdı. (Savunma yapmayı tercih eden yeni ressamlar, özneye bağlı değillerdi.)

1890'lardan bu yana, bağımsız bir piyasanın varlığı ve istikrarı, usulüne uygun bir biçimde varlığını sürdürdüğünde sanatsal eleştirilerinin gücü bütün planlara hâkimdi ve hızla "resmi" olarak tanınmak demekti.

Sanat eleştirisi, ne herhangi bir şeye bir eşlik etmedir, ne de bir yer değiştirmedir. Sadece piyasanın ilerleyişine göre yeni plastik biçimleri teorileştirme ve bunların şifresini çözme girişimidir. Böylece sanatçıların yeni tanımlanmış bağımsızlığıyla bir arada olan bir üstünlük kazanır ve resimsel biçimin üstünlüğünü ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Félix Fénéon (1861-1944), tercih edilmiş olan sanatçıların çalışmalarını çok yakından izleyen "modern" eleştirmenin bu isteğine iyi bir örnektir: "Yeni İzlenimci" kavramının ilk kullanıcısı olarak Seurat, Signac, Pissarro'nun kuramcısıdır. Hâkim resimsel olgu olarak ele alınan resmin nesnel etkisinin saptanması, görsel karmaşa, Seurat'daki beyaz çerçevenin çözümlenmesi ve eleştirisi, herhangi bir özneye gönderme yapmaksızın resmin özü ve ele alınan sade bir resim olarak resmin karakterlerini belirlemeye yardımcı oluyordu. 1886 yılında eleştirmen Teodor Wyzeka'da[10] olduğu gibi, "doğrudan resmedilecek görsel bir nesnenin kaygısızlığı, ressamların plastik çözümlemeye doğru eleştirel söylemini değiştiriyordu. Oysa, bu söylem, onlara bilimsel bir malzeme üretiyordu.[11]

Böylece, bağımsız olan sanat eleştirisi kendi üstünlüğünü doğruluyor ve geniş bir alana yayılan bir tür haline geliyordu. Resimde kendi iç kıstaslarının sürdürülmesi için çabalıyor ve biçimi, özneyi, figürleri ve son olarak da buraya kadar resmi kaynaklardan yapılan eleştirilerin temeli olan ikono-

10) *La promenade du critique influent*, *a.g.e.* s. 283 vd.

11) Bkz. F. Fénéon, Définition du néo-impressionnisme, *L'Art moderne*, Mayıs 1887; Les néo-impressionnistes, *L'Art moderne*, Nisan 1988; ayrıca Françoise Cachin'in sunduğu metinlere bkz. *Au-delà de l'impressionnisme, Fénéon*, Hermann, 1966.

grafik incelemeleri ilgilendiren kuralcı değerlendirme biçimlerini ardında bırakıyordu.

Bunu da, sadece, ayrıcalıklı davrandığı grupların ve sanatçıların yanında sürdürmekle kalmıyor, sanat dünyası ve yeni başlayanların dünyası arasında bir bağ kurmaya da çalışıyordu. Resim çalışmalarına özgü sorunların tamamıyla ve topluluğun sorunlarıyla ilgileniyor, bir fikir oluşturabilmek için gelecekte de tanınacak olan "modern" sanatçı imajının üretilmesine yardımcı oluyordu.

5. Avangard eleştirmen. – Hem tanıtım, hem de satış yapan aracı satıcı, ekonomik planda olduğu gibi üretimin ve tüketimin motorudur. Sanat eleştirmeni sanat alanında ortaya çıkar ve eleştirel gelenekte yeni olan tasarımcının çalışması ve önerisi gelecekle ilgilidir. Ayrıca savunusuyla, resimsel bir oluşa yönlendirdiği grubun henüz ortaya çıkmamış olanaklarını da ortaya koyar.

Apollinaire –sanat eleştirmeni olarak– Kübist arkadaşlarını desteklemek için metinler, yazılar yazıyor, onlardan bazıları için de bir yol çiziyordu. Duchamp[12] hakkında: "... bu belki de sanatı ve halkı uzlaştırmada Marcel Duchamp gibi bir sanatçıya özgüdür. Entelektüel genellemeler olarak değil de, kendisini, biçim ve renk algısının hâlâ bir kavram olmadığı ortak renklerin ve biçimlerin doğasına adayan bir sanat çok iyi anlaşılabilir ve Marcel Duchamp gibi bir ressamın bunu gerçekleştirdiği görülmektedir."

12) G. Apollinaire, *Les peintres cubistes*, 1913, Hermann, 1965, 2. baskı, Hermann, 1980.

Eleştirmen kendi tercihleriyle satıcıyı etkileyerek, yazarların ve şairlerin önemsediği dergilerde yazarak, kararlı bir şekilde "modern"liğe yönelen "avangard" bir rol oynuyordu. Bu, sanatın ilerleyen alanlarının biçimlendirdiği dostluklarla ve dargınlıklarla bir araya gelen küçük gruplarda dikkat çekiyordu. Övgüyle bahsedilen ressamlar genel olarak dosttu – hepsi birlikte Güzel Sanatlar'daydı ve birlikte sergilendi, çalışma alanları birbirine yakındı ve genel olarak da birbirlerinin eserlerini tanıyorlardı. Sık sık bir araya geliyor, birbirlerini eleştiriyor ve taklit ediyor ya da kendi çalışmalarıyla ortaya çıkıyorlardı.

Sık sık tasvir edilen İzlenimciler de böyle bir gruptu, ama aynı zamanda 1915'lerde Villon'un, Duchamp'ın, Picasso'nun, Kübistler'in de, dönemin ressamları, sürrealistleri ve Breton arasındaki ilişkiyle oluşan bir gruptu.

Avangard eleştirmen, bu toplulukları pekiştirmek, onların farklılıklarını kuramsallaştırmak, muhafazakârlara karşı mücadele etmek ve halkı buna inandırmak için vardı. Bu, pazarlama argümanının kendi kendini ortaya koyması üzerine kurulmuş bir ilerleme çabasıydı. Bu nedenle Apollinaire, önceki akımların gölgesinde kalan ve gelecekte ikinci bir Kübizm oluşturabilecek bir işleve sahipti. İzlenimcilik dipsiz bir kuyu gibiydi. Modernite Baudelaire'de bir problem olarak ele alındığı gibi, eşzamanlı olmayan, ama ilerleyen bir biçimde ortaya çıkıyordu. Sanat geleceği ifade etmeli ve yeni bir toplumun temellerini atmalıydı. Bu geleceğe bakış, Fransız eleştirmenlerce kabul edilmediğinde, onlara şöyle deniyordu: "Modernite burjuva muhafazakârlığından 'daha önce' olmuştur ve hep öyle olacaktır."

Böylece toplumsal bir gelişim rehberliği olarak değerlendirilen avangard sanat, siyasi bir biçime dönüştü. Bu akımları kuramsallaştıran eleştirmenler, genellikle bildiri biçimindeki ideolojik bir mücadeleyi de yönettiler.

"Cabare Voltaire" Zürih'te savaş sırasında Marinetti, Kandinsky, Eggeling, Picasso, Van Rees ve Arp gibi sanatçıların eserlerini sergiledi ve Dada hareketine öncülük etti. Akım hızla siyasileşti ve İşçi Devrimi için seferber oldu. "Dada siyasettir" sloganı 1920 yılında terk edilse de, skandalları sergilemeyi ve doğrudan başarılara imza atmayı sürdürdüler. Kübizm ve Fütürizm döneminde, Schwitters'ın *Merz*'i yayınlamasına karşın, *Dada* dergisi fasiküller halinde basılıyordu. "Avangardlar" bunların savunucularıydı. André Breton, 1926 yılından itibaren *La Révolution Surréaliste*[13] dergisinin editörlüğüne başladı.

Avangard eleştirinin önemi, 1950'lerde, siyasi uyuşmazlıklar ve ideolojik bakış açıları daha az hissedilse de, etkisini kaybetmedi. Avangard çalışmalar yavaş yavaş "modern sanat hareketinin başlangıcı" olarak tanımlanıyor ve birbirlerinden uzak sanatçılar bir araya geliyordu. Bunların arasında, hızla farklılaşmış eserler yeniden tanımlanmaya çalışılıyordu; hâlâ avangard olarak ortaya çıkan, bu biçimde adlandırılan ve ona bu adı veren eleştirmenlerdi. Nice Okulu buna anlamlı bir örnektir.[14] Terim ilk kez, Claude Rivière tarafından, *Combat* dergisinde kullanıldı. Daha sonra Gaumont tarafından yeniden ele alındı, Otto Hahn tarafından 1965

13) R. Passeron, *Histoire de la peinture surréaliste*, Librairie générale française, 1968.

14) E. Valdman, *Le roman de l'école de Nice*, La Différence, 1991.

yılında *L'Express*'de yeni bir biçimde ortaya çıkarıldı, *Identités* için Ben tarafından uyarlandı. Nitekim bu terim çok farklı görünen ressamları bir araya getirdi: Yeni Gerçekçiler, onları destekleyenler ve onlara bağlı bağımsızlar gibi. "Çünkü etiket, genç sanatçılar için çok önemliydi."[15]

6. Üretici: sanatçı. – Bu "eleştirel pazar" sisteminde, bilerek her iki tarafı da bir kenara bıraktık: eserin üreticisi ve tüketicisi, akademik sanat biçimine göre dönüşümün her iki biçimine de maruz kaldılar. Buna karşılık onları yönetiyoruz, ama bir yönetici gibi değil.

Sanatçı, güvenliğinin sağlandığı bir sistemden dışlanıyor ve gerçekten de marjinal bir figür haline geliyordu. Piyasa çalkantılarına boyun eğenler, –sanatçıların hızla artan sayısı, rekabette iyi bir pay elde edebilmek için alınan borçlar– kendi yaşamının devamı için kaygılanıyor, eleştirmenlerin ve satıcıların egemenliğine giriyordu. "Marjinal" demek, "yalnız" olmak demek değildi ve sanatçı kendi koruyucusu olarak gördüğü bir gruptan yola çıkıyordu. Bu grubun bir adı, destekçisi ve ardılları vardı; grup sanatçıları sahipleniyor ve koruyordu. Tüketim sistemi, tek bir ürün, aynı markayı taşıyan bir ürünler yığınından daha az tüketiciyi cezbettiği için, tek başına olmayan sanatçıyı ya da grubu ihya ediyordu. Aynı türde bazı nesneler, her şeyden önce elde edilmiş olacak ve daha az tanınmış, daha ucuz ve hoşnutsuz alıcılarca talep edilmiş "çeşitliliğe" uygun diğerlerinden ayrılacaktır (18. yüzyılın zanaatkârlarının benzeri).

15) Adı geçen "*Le roman de l'école de Nice*" adlı eserde César'ın mülakatından.

Okul kavramı, belli bir tarzda çalışan, aynı eleştirmenlerce desteklenen ve eserleri aynı simsarlarca satılan ressamları bir araya getiren bir adla ikame edildi. Gerçekten de, bu grubun sanatçılarından birinin özgünlüğü, sadece dış merkezciliğe doğru, hatta daha da sıradışı bir görünümü özendirebiliyordu. Basit bir nedenle biyografi, romanesk bir incelemenin nesnesi oluyordu. Burada, sanatçı, kendi kendine üretemediğinde, bunu güçlü bir biçimde algılıyor ve bu incelemeyi biçimlendiriyordu. Eleştirmenin daha çok üzerinde durduğu inceleme adına, avangard, kışkırtıcı olmak istiyor ve reddedilen ilklerin "burjuva tavrıyla yaşamlarını kazanma kaygıları, toplumdan dışlanmamasından, son olarak da saygınlık elde etme kaygılarından –bunun İzlenimciler için bir olgu olarak– zamanla mevcut durumdan "happenings"lere, protestocu bir tavıra bürünüyordu. (Dali'nin ödünç verdiği eşyalar, Y. Klein'ın Seine Nehri'ne altın külçesi atması.) Sadece sanatçı imajı değişmekle kalmıyor, bu değişim eski ressamların biyografilerinin aynı biçimde yeniden oluşturulduğu noktada bir kural haline geliyordu.[16]

Bu inandırıcılık, halkın yanında, bütün dünyada kalıcıdır, bu, piyasadan bağımsız, yaratıcı, üretim kaynağı bozulmamış ve böylece ticarileşme kuşkusunun basit bir koruma aracı olmuştur. Bilerek ya da istemeden tüketim piyasasının kurallarının ötesinde, ona karşı olan ya da onun dışında kalan sanatçının görünümü açıktır. Başarılı olan uygulama

16) Bu üretim ve yeniden üretim, sanatçının imajını yeniden saptıyor. Kris ve Kurt'un eseri (henüz belirtilmemiş) bize incelikli bir çözümleme sunuyor. Ayrıca bkz. Martin Warnke *L'artiste et la cour, aux origines de l'artiste moderne*, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1989.

arkadaşlarıyla kır kahvelerinde görüşen, ailesinden ayrılan ve sağlığı bozulan, tavanarasında yaşayan yoksul öğrenci, 19. yüzyıl Romantizminden miras kalan bir imaj olmadığına göre, halkın sanatçısı imajı, bundan çok da uzaklaşmadı. Gerçekten de, maddi çıkarlar üzerinde yanılma pahasına acılı "serbest" yaratıcılığa, çıkar gütmeyen sanata yüklenerek, üreticiden, sanatçıdan faydalanan birçok aracıyı suçlayarak, sanatçının herhangi bir şekilde zenginleşmesi fikrini reddediyordu. Van Gogh, tüm acıları, sıkıntıları geri getiren toplumun sürgün edilmiş, yasaklanmış paradigmasını da ortaya koyuyordu.

7. Tüketici: amatör ve koleksiyoncu. – Sanat eseri üzerinde tüketim ağı aracılarının (diğer ürünlerde olduğu gibi) etkili olabilmesi için üretici ve sanatçıyı sanki ürününün akıbetinden tamamen habersizmişçesine tecrit etmek gerekir. Bu bilinç, onu destekleyen, geliştiren ve taşıyan bir aracıdır. Nitekim tüketici görsel iletişim bilgisine sahip olandır. O halde, bu tüketici kimdir?

Tüketici, genellikle, "büyük" denilen koleksiyoncudur. Büyük burjuvazinin ya da aydınlanmış aristokrasinin yedeği, güzel şeylerin meraklısı olarak zevklerini tatmin etmenin araçlarına sahiptir. Bu eklektizm, prensipte, ona önerilen geniş seçenekler yelpazesinin varlığını temin eder. Görüldüğü gibi satın aldığı bu resimler, onun için iyi bir reklamdır ve diğerlerini de ardından sürükler. Ayrıca halkın zenginliği ve önemli bir değeridir. Gerçekten de gelenek, kendi koleksiyonunu daha az önemli, hatta bilinmeyen diğer eserlerden daha önemli bir niteliğe de hizmet ederek bir müzeye, bir

kuruluşa devretmesini ister. Piyasanın etkin aktörü, diğer koleksiyoncularla alışverişi sağlar ve eserleri ülkeden ülkeye dolaştırır. Böylece, aracıların çalışmaları da pekişmiş olur. Eleştirmenler ve pazar sahipleri arasında bağ kurmak, bu düzenin temel dayanağıdır.

Tarihsel sanat hamiliği çeşitli anlatım biçimleri de kazanmıştır: onu bir bütün olarak düşünmek, seçilmiş sanatçılara parasal yardım yapmak değil de, ona yüklenen şöhretin devam etmesi ve bir eseri halkın ortak malı olarak eşzamanlı bir biçimde zenginleştirme isteği, onun adını taşıyan ve ona adanmış bir yapıttır. Bu bakış, doğal olarak, eserlerin anlatım biçimindeki birtakım çıkışlarda "öngörü"ye büyük ölçüde bağımlı olan bir iş adamı olmasını da engellemez.[17]

Daha sonra iyi bir iş yapma çabasıyla, kendi beğenisine göre satın alan bilgili amatörler gelir. Müşteriye hitap etme, aracılar için olanaklı kazançların ortaya konmasıdır: Bir tuval, aniden büyük bir değer kazanabilir. Merak, risk alma, dünyanın bir parçası olma ve ona katılma duygusu, bir "görünüşe" sahip olma isteği, amatörlere çekici geldiği kadar, koleksiyoncuların da dikkatini çeker.

Bir diğer figür de şöyledir: amatörler, ressamların çevresindeki arkadaş gruplarıyla ya da grup dışındaki ressamlarla sık sık birlikte hareket eder. Karşılıklı alışveriş yapar ya da onların eserlerini satın alır. Girişimcilerin adresleriyle, sergi alanlarıyla bağlantı kurar, kendi çalışma şartlarını

17) Boime, Les hommes d'affaires et les arts en France au XIX^e siècle, *Actes de la Recherche en Sciences sociales* içinde, No. 28, Haziran 1979.

belirler ve son olarak, kendi kendini besleyen bir organizma gibi, çeşitli şekillerde kendi kendini tüketir.

Nitekim, seyrederek tüketen halktır. Vitrinin önünde duran, pasif, ama önemli bir rol oynayan izleyici, düzenin bütünlüğünü kararsız bir kitle aracılığıyla destekler. Böylece, kabullenme düşüncesi de yerleşir. Bu durum, söylentileri sanatçıya kadar taşır. Bu, onun, sanatın ve sanatçının imajını oluşturma ve onu değiştirme gücüne sahip olmasından kaynaklanır. Avangardın yokluğunda, yenilenen bir kışkırtma unsurunu da oluşturur.

Bununla birlikte, bu kitle, arabulucunun gücünün arttığı oranda azalmaz. Yıllık Salonlar'daki olaylar gibi, tuvalin önünde kendini çok fazla gösteremediği için sıkışan ve müşteri gibi oraya gelen basit meraklıların ya da amatörlerin yoğunluğu da çok değildi.[18] Çeşitli galerilerdeki bölünmeler, dağınıklık, bildirilerin yapılmaması, sayıyı artırmak yerine halkın cesaretini kırıyordu. Avangardlarla hiç ilgilenmiyor ve kuşkusuz, İzlenimciler tarafından yeniden sunulan modern sanat değerlerine yoğunlaşıyorlardı. Burada, bazı sanat sosyologlarına göre "olmayan bir halk" mı söz konusuydu?[19] Birçok biçimde yok edilene kadar, avangard eserlerin ciddiye alınmasında halkın reddi, olmayan bir halkın tüketim değerlerinin tamamında "iyi bir kültürün" yeniden sunulması gereken şeye, görgü kurallarına ve temel olarak normlara dayanan bir ahlak fikrine sadık kalındığı görülmektedir. Beaubourg örneği, bunu avangard sanatın reddet-

18) H. ve C. White, *La carrière des peintres au XIX^e siècle*, *a.g.e.*

19) Dario Gamboni, L'iconoclasme contemporain, le goût vulgaire et le "non-public", *Sociologie de l'art* içinde, *a.g.e.*

tiği alışılmış tüketim sistemiyle bütünleşmemesini kanıtlar gibidir. Beaubourg, diğer kültürel mekânlar gibi sıklıkla ziyaret edilseydi, bir özel hizmet alanı, değişken etkinlikler kutbu, bir randevu yeri halini alırdı.

"... bir kafeteryanın üst katında bir merdivenle çıkılan kütüphane, Bazar de l'Hôtel de Ville ve Forum des Halles arasında, manzaralı terasta, asma katın korkuluğunda, saatler boyunca "dünya"dan yararlanmaya gelinen büyük salon, akşamları açılan geçici küçük sergi salonları niteliklerine göre sıralanıyordu..."[20]

III. – Modern Sanat

Modern sanatın bu kısa betimi bazı niteliklerin değerlendirilmesini gerektirmektedir:

1. Modern sanat, yıllık Salon sergilerinin yol açtığı düşünceye dayanan, bu düşünceyi merkezileştiren ve fazlasıyla koruyan eski akademik sistemle bir kopuş içinde kendi kaynağını buluyordu. Fakat bu kopuş, akademinin küçük bir ressam topluluğuna sunduğu güvenlik arzusu ve tanınma değerlerinin terk edilmesini engellemiyordu.

2. Birçok grubun parçalanmasıyla bağımsızlaşan, yetkisini artıran, coğrafi olarak Paris yakınlarına yerleşen ressamlar, aynı zamanda değerini artıran ve yabancılaşan bambaşka bir alana ait "sürgün" sanatçı imajının oluşturulmasına olanak tanır. Bu durum sanatçıdan faydalanan piyasa sistemi-

20) Nathalie Heinich, La sociologie et les publics de l'art, *Sociologie de l'art* içinde, *a.g.e.*

nin karşıtı olarak ve strateji yeteneği olmayan "sanatçı" bir dünyada yaşayan, tutarsız, maddi zorunluluklarla bağlarını koparmış gibi algılanıyordu. Böylece, sanatçı, üretici olarak yalnız kaldı; genel kültürü ve yaşam öyküleri eleştirmenlerce doğrulandı.

3. Üretici ve tüketici arasında aracı –ilk bakışta eleştirmenler, spekülatörler, koleksiyoncular aracılığıyla tüccarlardan galericilere kadar– birçok figür ortaya çıktı. Bu alan, bu figürleri karıştırmaya çalışıyordu. Koleksiyoncu ve tüccar, eleştirmen ve spekülatör, galerici ve koleksiyoncu, iyi tanımlanmış bir görevle varlığını sürdürüyordu.

4. Ressamın toplumsal görünürlüğü, avangard olmayan bir niteliğe bağımlıdır –bu fark edilen gruptur– bu, sanatçının temel unsuru olan yalıtılma niteliğine karşıdır. Halkın geri çekilmesi ve yavaş yavaş parçalanması bundan kaynaklanır. Ekonomik piyasa kurallarının sanatsal bir alana dayandığı kabul edilmemektedir. Aynı şekilde, onların parçalanmasına paralel olarak, sermaye içinde görülen yoğunlaşma, halk kuşatmasının kalkmasına da yol açar.

Bu farklı düzeni üreten şey:

— Bir sanat biçiminin yanılsamasına karşı koymaya devam ettiğimiz, aracı çemberin diğer iki çemberi kapsadığı, modern modeli geçer akçe saydığımız yerde, şeylerin bu hali bir felaket gibi duyumsanır.

— Ortadan kaybolurken, sanki *sine qua non* zorunluluğu sıfatıyla sanatsal alanın bir üyesi olması gerektiği gibi, orada avangard olmaya çalışır.

— Ünlü ressamların zenginleşmesi örneğinde ve büyük koleksiyoncuların, hatta habercilerin de olduğu bilinmez-

ken, spekülatörlerle karşı karşıya kalan ve yalnız bırakılan sanatçı imajına inanılır.

— Sanatsal alanın giderek ortadan kalktığı bilindiği halde, eğitim faaliyetlerine girişmeye ve mevcut halk kitlesini doğal olarak kapsamaya devam eder.

Gerçekten de, her türlü medya araçları arasında varlığını sürdüren modern sanat imajı, çağdaş sanatın değerini yitirmesine yol açar: değer kriterlerinin varlığını sürdürdüğü, modernitenin çevrelendiği ve tümüyle "avangard" kavramı içinde kaldığı veya sanatın eleştirici bir işlev üstlenir gibi göründüğü yerde, şimdiki zamanı geçmişin aynasından görerek yargılarız.

Oysa, bugün tüm değerler, tüm ölçüler ve tüm yargılar ortadan kalkıyor mu? Bu, bizi bekleyen uzun bir gerileme süreci midir? Yoksa çağdaş gerçekliğe ulaşmak için başka bir modeli mi kullanmak gerekir?

II. Bölüm

İLETİŞİM DÜZENİ YA DA ÇAĞDAŞ SANAT

Modern sanatla birlikte, amatörü, alıcıyı, üreticiyi, sanatçıyı birbirinden ayıran faklılığın arttığını görüyoruz. Tüm tüketim toplumlarında olduğu gibi, aracıların sayısı artıyor ve gerçek yöneticilerprofesyonel bir alanın oluşmasına eşlik ediyor. Medya araçlarının gücüyle yükselen büyük koleksiyoncu ve büyük satıcı figürlerinin ortaya çıkması ve doğal olarak ürünler üzerindeki spekülasyonlar, fiyat listelerinin rolü ve piyasaya göre değerlendirmelerin çeşitlendiği görülüyor.

Fakat kabul edilen düşüncenin tersine, bu, olayların sürekli olarak geliştiği bir hareket içinde olmadığı gibi, çağdaş sanatın özelliklerinin dayandığı tüketim rejiminin çizgisel bir ilerlemesi içinde de değildir.

Her zaman kopuşu algılamada güçlük çekiyoruz, değişimi yakalamak için çok iyi bilineni tanımada güçlük çekerek, önceden bildiğimiz durumda yeni verileri sıklıkla gözden geçiriyoruz: Bu, gerçekliği yeniden yapılandırmaktan kaçınan bir ekonomik davranıştır.

Nitekim, burada, sanatsal alanın dönüşümünü yeniden düşünme çabasından kurtulamadığımız açıkça görülüyor. Oysa, aynı büyüklükteki tüketim rejiminin nitelikleri, güncel olayların bütününü ifade etmiyordu.

O halde, bunun ayırdına varmak için, ilk olarak, çağdaş toplumda rağbet gören iletişim rejimi tarafından harekete geçirilen mekanizmaları bulgulamalı ve onun temel tezahürlerini taslaklandırmalıyız.

İlk saptama: tüketimden iletişime geçildi; bu, saptamanın en basit yanıdır. Bu, önemli bir saptamadır ve kendine yettiği de görülmektedir. Oysa, büyük bir yankı, bilginin yayılmasında farklı teknolojik sistemler ve toplumsal organizasyonlara değinen her şey için iletişim süreçlerinin çözümlenmesiyle gerçekleşir. "Tekno-bilimler"de geçerli olan kavramlar ustaca çözümlenir. Böylece, bu kavramların desteklediği uygulamalar gelişmeye başladı. Dolayısıyla sanat, perspektif değişiminin bütüncül bir *çözümlemesi*nden uzak kalmış gibiydi. Hatta, sanatsal uygulamalar bu değişimi başarıyla içselleştirdi. Ne var ki, çalışma prensiplerini yeniden formülleştirmek için onları dikkate alan bir yorum doğurmuyordu.

Nitekim, diğer çalışmalar gibi sanat dünyası da "yeni iletişim biçimleri"nin kimi etkilerine maruz kaldı; yüzeysel değişimlerse bu etkileri azaltmış görünüyor. Elde edilen benzersiz sonuçların devamında, eserdeki iletişim ilkelerinin çözümlenmesi bize verilen ilk görevdir.

Bu etkiler birçok biçimdedir:

— Bunların bazıları, toplumun kendi kendine oluştuğu düşüncesine, diğer bir ifadeyle, egemen *ideoloji*ye değinir.

Bu ideolojide bazı kavramlar eski kelime görevindedir ve kendi aralarında küçük bir söz dağarcığı, hatta söz dizini, gerçekliğin bir günde tanımlandığı sırada, bir anlatım biçimini oluşturur. Bu dünyanın dışında, eserde ortaya çıkan şeyi anlamaya yardımcı olan anahtar kavramlardır.

— Diğerleri ise, iletişim özgünlüğünün, özellikle biçim değiştirdiği *özel alanlara* değinir –bu sanat alanının bir olgusudur– oysa, bazı alanlar, kolaylıkla birkaç değişimi kabul ederek göreceli bir istikrarla varlıklarını sürdürdüler. Eğitim sistemi buna örnek olarak gösterilebilir (bu zaten değişimin açık bir görünümüne engel olan, etkiler içindeki dağılımıdır).

I. – İletişim toplumunda iletişim ideolojisi

İletişim araçlarının hızla gelişmesinin ne kadar çok kişiyi doğrudan etkilediği bir sır değildir. Gittikçe çoğalan ve karmaşıklaşan bu araçlar, uluslararası rekabete yol açıyor ve toplumsal bir zorunluluk olarak görülüyor: bu, aynı zamanda, gelişen bir toplumun bildiği teknolojik düzeyi ve parçalanma yolunda toplumsal grupların bütünlüğünü sağlamakla görevlidir. Böylece teknoloji iki temel ilkenin sorumluluğunu üstlenir: ilerleme ve kimlik. Çok geniş bir biçimde herkese açık olan bu araçlar, bilgiye ulaşmada eşitlik düşüncesini destekler, mevcut gerçeklik ve yeniden yayılan olaylar arasında bütünsel bir saydamlık olduğunu da doğrular. Kendi doğruluğunun tartışılması, alan dışına konumlanmaya eşdeğerdir. *Tersine*, iletişim yetkisi, sorumlu bir

vatandaşın ilk erdemlerinden biri olarak düşünülür ve kariyer kazanmaya yardımcı olur. Öğrenim, aynı mesleği paylaşanlar ve eserler çeşitlenir. Oysa, aynı biçimde, özel faaliyetler de ortaya çıkar: bu, eskiden "halkla ilişkiler" denilen, günümüzde ise "iletişim servisi ya da bölümü" olarak ifade edilen bölümdür. Burada çok geniş bir açıklama yapmayacağım, ama genelleşen bu iletişim hareketine dayanan kavramları dikkatle inceleyeceğim. Çünkü, bunlar, gerçek "etkileyicilerdir."[1]

İlk olarak "ağ" kavramı: Bunlar, 1) birleşik ağlar ve meta-ağlardır.

Daha sonra 2) büklem ya da özerklik; 3) sözcük akışı ya da ağın doygunluğu; 4) adlandırma ya da içerik kalıplarının birleşmesi; 5) ikinci derece gerçekliğin yeniden oluşması ya da simülasyon.

Bu farklı etmenlerin işareti altında, kullandıkları esaslar yok sayılacak biçimde eylem alanının ötesine geçmiş iletişimsel pratikler yer alıyordu.

1. Ağ. – İletişimsel anlamda ağ kavramı çeşitli kutupları bir araya getiren, girişleri tanımlanmamış belli bir ölçüde kavranabilen şeylere dayanan ve genel ağın her noktasında diğer mikro-ağların harekete geçmesine yardımcı olabilen bir sistemdir. Yani bütünlük genişleyebilir. Bu bütünlüğe giriş çok önemli olmayan bir biçimde gerçekleşir. Kendi aralarında yeniden bir araya gelen çeşitli teknolojik araç-

1) İletişim ideolojisi ve etkileri konusunda daha detaylı bilgi için, L. Sfez, *Critique de la communication*, 2. baskı, Le Seuil, 1990 ve *Dictionnaire critique de la communication*, PUF, 1992.

lar: telefon, görsel işitsel ya da bilgisel araçlar ve yapay zekâ. Bir ağa girmek, sinir sisteminde, ağlar biçiminde hareket eden birliğe, bütün topluluk noktalarına giriş anlamına gelir.

Dolayısıyla aşırı bir değişkenlik, sürekli bir yapıyı ve piramit biçiminde, fazlasıyla organik bir düzleme sahip bir yüzeyi andırır. Bu yüzeyde önemli olan, hareket eden bilginin merkezde ya da kaynakta toplanmaması değil, bağlantıya olanak tanıyan bir hareketle bir araya gelmesidir. Yani iletişim içindeki "özne" kavramı, iletişiminevrensel üretiminin yararınadır. Bu *karşılıklı etkileşim* (sonucun, zengin bir biçimde tasarlanan bir diyalog içinde, iki "özne" arasındaki hareketi abartan ve ağın toplumsal ve psikolojik yorumu içinde iletişimin çıkarsamalı bir görünümü olarak genelde iyi olarak görülen kavram) adı altında ortaya çıkan durumdur. Örneğin farklı medyalardan (basın ve televizyon) elde ettiğimiz bilgilerin bir "yaratıcısı" yoktur. Bunlar, birbirleri üzerinde etki yaratarak kendi kendine düzenlenen bağlantılar-arası ağlar sonucu ortaya çıkar. Yaratıcı, bu meta-ağdır.

2. Büklem. – Ağın belirgin özelliklerinden biri de, geniş bir alana yayılabilen, sürekli yeniden etkinleşen bağlardan kaynaklanması ve bir büklüm yaratmasıdır. Diğer bir deyişle, sadece bir kez bağlanıldığında ağdan çıkılamayabilir (ağın bir hafızası vardır). Fakat düğümlerin ve noktaların sonsuzluğunun temel bir yönelimi olmasa bile, her giriş kendi başlangıcı ve kendi sonudur. Ağın her bölümü potansiyel olarak ağın tamamıdır. Prensipte tersine çevrilebilen hareketlilik ve akış, gereksiz bir yinelenme olarak adlandırılabilen şeye ulaşır. Ağ, hep aynı ve belli bir mesajı farklı teknik

versiyonlarda yeniden bir araya gelen çeşitli araçları ve kendi kendini belli belirsiz yeniler: "Bir ağ var ve siz bu ağdasınız."[2]

3. **Bilgi akışı ve doygunluk.** – Eğer aynının tekrarlanmasıyla içe kapanma özerklik demekse, bu aynı zamanda, uygulama sınırlarını da ifade eder. Farklı yönlerden bilgi akışı etkin bir biçimde ağın sürekliliğini sağlar, ama onu doygunluk sonucu oluşacak yıpranmalara da mahkûm eder. Aynı şekilde, bir öneri anlaşılır olmak için bilgi akışını bazı ölçülerde gerekli kılar ve bu ölçünün artıp artmadığı zor anlaşılır; ayrıca, ağ sisteminin tekrar edilebilirlik oranı geçmişte kullanılamamıştır. Ağ sisteminin boşluğu kendi kendine hareket etme olanağına sahip değildi; gerçekten de, farkı ortadan kaldıran, doğrudan yeniden dağıtımdan esinlenerek yeni bilgileri, olayları kendine mal eder. Aynı şekilde, yaratıcı (mesajın sahibi) bir merkeze sahip değildir ve aynı olay bir yenilik ortaya çıkarmaz. Tüm içerik, burada, aynı planda ve aynı dolaşım içindedir.

4. **Adlandırma.** – Bu zorluğun üstesinden gelmek için adlandırmalara gidilir. Bir farklılık yaratan isim, iletişim biçimlerinin farklılaşmayan ağındaki bir özneyi gösterir. Kod adları, geçiş törenleri. İsmin kimliksel bir yer aldığı, sınıflandırdığı ve bir özelliği ifade ettiği yalın bir toplum ortaya çıkar; bir kişi ya da bir grubu ilgilendiren adlandırma, gerçekten bireyseldir. Aralarındaki farklılıklara dayanarak bir

2) A. Cauquelin, Concept pour un passage, *Quaderni* içinde, No. 3, 1988.

sınıflandırma –karmaşık bir seviyede hiyerarşik bir sınıflandırma– yapılır; böylece iç içe geçmiş bir dizi elde edilir ve böylesi bir katılımdan hareketle indirgenebilen bağların sayısı, karmaşıklık ölçüsünde faydalıdır. Adlandırma, bir yandan parça ile bütün arasında bir referansa, diğer yandan da bütünlüğün katılığından kurtulduğu bir ağda yoğunluksuz, sadece bir nokta olan düşünden de kurtulmasına olanak tanır.

Burada *adlandırma* ve *adcılık* kavramlarını biribirine karıştırmamak gerekir. Adcılık kavramı, ortaçağ felsefesinde özel bir öneme sahip olan ve güncel karmaşıklığın bir mantık problemi olduğu, belirgin bir felsefi kuramı ifade eder. Adcılık adlarla ilgilenir, fakat öze ve varlığa sahip olan şey arasındaki kopuşu gösterıneyi amaçlar: tüm gerçeklik soyut kavramları inkâr etmektedir ve sadece bireyler (nesneler ya da varlıklar) varoluşu tanımaktadır. Adlandırma ise soyut gerçekliğin (ağın) bir yoludur. Adcılık, somut ve tek bir amaca yönelik[3] varlıklardan başka hiçbir şeyin olmadığını ifade eder. "Resimsel adlandırma"ya[4] gelince, bu, adcılığın mantığı ve dil aracılığıyla gerçekliğin yapılandırılması kuramıyla açıklanmaya çalışılır.

5. Gerçekliğin kurulması. – Eğer iletişim, kendi işlevselliğinin vazgeçilmez bir bağı olarak topluma taşınarak

3) P. Vignaux, *Nominalisme au XIV^e sciècle*, Vrin, 1981; A. de Libera, *Le nominalisme*, PUF, "Que sais-je?" 1989.

4) T. de Duve *Le nominalisme pictural* adlı eserinde metinsel dil ve kavramsal sanattaki imaj arasında ilişkisel bir olgu olarak inceliyor ve bunu açıkça adlandırma olarak da ifade etmiyor.

yeniden tanınıyorsa, kendi uygulaması içinde dilin önemi ortaya çıkar. Bu, sadece insan gruplarının değil, ama dış gerçeklikler üzerindeki oluşumların, dünyaya bakışın, kavrayışın ve yerleşik düzenin yapılandığı dil aracılığıyla gerçekleşir. Böylece, ikinci derecede bir gerçekliğin oluşması için, hatta çoklu gerçeklikle, anlamlar aracılığıyla oluşan bir gerçekliğin pozitif varoluşu yavaş yavaş etkinliğini kaybeder; böylece, doğruluk ya da yanlışlık, ayırt edici olmaktan çıkar. Yani böylesine belirli prensiplerini ortaya koyduğumuz iletişim ağı, bir dünyayı ve sahip olabildiğimiz aynı ağ dilinde oluşan yaklaşımı oluşturur. Kendi ortak dilimizi kullandığımız, güvenmeyi sürdürdüğümüz bir yapıda, dünyanın alışılmış kavrayışıyla açıklanabilir davranışlar alanında belirlenen buyruksal değerlere sahip dilsel bir oluşum bir araya gelir – ya da onun yerine geçer. Yani öznelerin amaçlarındaki yönelmişlik –bir özneye özgü tutkular ya da istekler anlamında– iletişim kurmak için dili kullanmanın tek amacının üstünlüğünü kabul eder: Nitekim söz dizimi, sözlük, kısacası dilin kuralları, geride kalanın sorumluluğunu üstlenir. Eğer etrafımızdaki dünya bizim için herhangi bir nesnel gerçekliğe sahipse, bu, kullandığımız dilin oluşturduğu bir durumdur. Bu dilin evrenselliğinden kurtulamayabiliriz. Yapay dillerin artan sayısının yanı sıra, yaygınlaşan gelişiminde ifade edilen şey, gerçeklik algımızı değiştirir ve yavaş yavaş başka bir dünya oluşturur.

Wittgenstein'dan bu yana, analitik felsefeciler benzeri dilsel çalışmalara, özellikle de tanımsal çalışmalara yöneldiler (yapay zekâ araştırmacıları, yeni iletişim felsefecileri). Burada gerçekliğin benzeri olarak, "dil oyunu"nun öğrenil-

mesi, dilsel bir faydacılığı ortaya çıkarır. Hatta, güncel bir öncü olarak P. Watzslawick, kendi denemelerinden birine adını verdiği Austin'in, Searles'ün, Palo Alto Okulu'nun çalışmaları gösterilebilir: "Gerçekliğin gerçekliği."[5]

Cesurca sunulmuş kavramlar, bizi çeken gerçekliğin kavranmasında yeni araçlardır. L. Sfez'in[6] onları adlandırdığı şekliyle "kavrayış teknolojileri", iletişim dünyasının oluşumunu, anlayışını ve çağdaş olayların vazgeçilmez bir çözümlemesini etkin bir şekilde bir araya getirir. Bunlar, bugünün sanatının dönüşümlerinin derinlemesine algılanması için, şu anda faydalanacağımız anahtar kavramlardır.

Bu dönüşümler, sanatsal alana iki nokta da değinir: dolaşımdaki yerinin, yani piyasanın (ya da onu kapsayan unsurun) ve sanatsal özün (ya da eser içeriklerinin) kaydedilmesi.

II – Sanat piyasasında iletişimin etkileri

1. Ağ etkisi. – Eserlerin satış ağlarındaki modern sanattan bahsettik – ya da böyle anlaşıldı. Oysa, kavram, sadece sanatla halk arasındaki bağlantının yeni dolayım yollarıyla karmaşıklaştığını gösteren asgari bir ağ betime gönderiyordu. Ayrıca, halk ve sanatçıları kapsamayan oluşumlara değin hızla yoğunlaşıyordu. Ama ağ kavramının sınırlayıcı bu

5) J. Searles, *L'intentionnalité*, Ed. de Minuit, 1988; *L'invention de la réalité*, (yay. haz.) P. Watzslawick, Le Seuil, 1985; *La nouvelle communication*, Y. Winkin tarafından bir araya getirilen ve yorumlanan metinler, Le Seuil, 1981.

6) L. Sfez, *a.g.e.*, s. 379 vd.

anlamı, biraz önce tanımladığımız tanımın da önünde olmalıdır. Bütünsel ağ ve karmaşık yapı arasında bu kavram, iletişime bağlı bir piyasa ve klasik tüketim piyasası arasında dikkate değer bir ayrımı belirtir.

R. Moulin[7] 1986 yılında, önemli bir makalesinde yeni verilerden bahseder: Yeni bir karmaşıklıktan bahsetmek için, nerdeyse anlık olan piyasanın hızla genişlemesini sağlayan koruyucu devlet ve halk güçlerinin mücadelesi ve kısa dönemde ortaya çıkışı. Bu, kendi çözümlemesi içinde söz konusu verileri biçimlendiren bir şemanın fazlasıyla karmaşıklaşmasıdır. Böylece kültürel kurumların ve galerilerin uluslararası ağından bahsedilebilir. Ayrıca, "toplumsal olarak tanınma ve estetik değerlendirmelerin yapıldığı kültürel alan ve fiyatların oluşturulduğu piyasa arasındaki karşılıklı etkileşim" de söz konusudur. Bu iki kavramın ağ ve iletişim kavramlarına göre yeniden tanımlandığını gördük. Fakat bunlar estetik içeriklere dayanarak değerlendirildi: örneğin, geriye dönüş olarak görülen ve R. Moulin'in hâlâ "modernite" dediği şeye, mutlak sanatsal bir değer olarak figüratif/non-figüratif karşıtlığı ya da ne olursa olsun güncel ile eski avangardları karşılaştıran mücadeleler. Ancak, çağdaş piyasa çözümlemesi içinde kalmak istiyorsak, aktörler adına tüm amaca hizmet eden iletişim kuralını tam olarak hesaba katmalı ve içeriği ayrıcalıklı kılmalıyız; yani onların yerlerini, rollerini ve fazlasıyla kasıtlı olan içeriklerini.

7) R. Moulin, Le marché et le musée, la constitution des valeurs artistiques contemporaines, *Revue française de Sociologie* içinde, Haziran 1986, XXVII-3.

A) *Üreticiler.* – İletişimin karmaşık ağı içinde, aktörler, az ya da çok büyük topluluk bağlarına sahip oldukları ölçüde etkindir. Az çok doğrudan bağlandıklarında (yani az çok hızlı olduklarında) diğer aktörler de etkindir. Böylece sanatsal alanda fazlasıyla etkin olan aktörler, ağ bütünlüğündeki bilgilerin sayısal bir büyüklüğüne sahip olur ve bu, ancak büyük bir hızla olanaklıdır. Bu ayrıcalığın tanındığı aktörler, alanın en yetkin kişileridir. Yeni iletişim teknolojilerinin kendi düzenini yerleştirdiği çok hızlı bir bilgi akışıyla iletişim kurar ve bilgiyi yayarlar. Faks, telefon, bilgisayar olanakları, önemli satıcılar – galericiler, aracılar, uluslararası kurum yöneticileri, tüm bunlar "profesyonel" olarak adlandırılır. Bunlar bilgiyi ilk elde eden ve taşıyanlardır: fiyatın belirleyicisi, dolayısıyla estetik değerin belirleyicisidirler. Fakat, bir iletişim ağında bilginin yayılması, aynı zamanda bilginin üretilmesi demektir. Görsel-işitsel ve yazılı basında bilgilerin düzenlenmesini sağlayan ve programı yöneten bu kural, ayrıca sanat dünyasını da yönetir. Diğer bir deyişle, bu etkin aktörler gerçekten üreticidir. Bunlar, onların daha hızlı olma çabalarının bir sonucu olarak değer üreten aktörlerdir.

Örneğin, Amerikalı büyük koleksiyoncular hakkında R. Moulin şöyle diyor: "Etkin aktörler, bir galeri sorumlusunun Avrupalı bir ressamın eserlerini sergilemeye hazırlandığını bildiklerinde, elverişli bir fiyat artışı yararına ve serginin fiyatlar üzerinde yaratacağı etkiden çok önce, o sanatçının kendi ülkesinde –bir kere kota arttı mı– kendi aralarında yeniden satacakları eserler bulabilirler."[8]

8) R. Moulin, *a.g.e.*

Sayfanın altındaki bu kısa notta, yüzeysel olarak iletişimsel ağla ilişkin niteliklere dikkat etmek gerekir: öncelikle, bu, dünyanın bir noktasından diğerine yayılma *hızıdır*. İkincisi, herhangi bir şey konusunda *işaretin ortaya çıkmasıdır*: ressamın eserinin ya da işaretinin sergilenmesinden önce harekete geçer. İşaret, ait olduğu şeyin önünden gider. Daha sonra, yeniden satış için ağın kullanılması, üretici aktörler arasına yerleşir. Nitekim sanatçının dikkate almadığı önemli bir özellik de, eserin konusunun, aynı zamanda işaretlerin değişim konusu olmasıdır. Hiçbir şey, değer üreticilerinin bir bölümünün herhangi bir estetik yargısı, bu düzende ilişkilendirilmez. Sanatçının tanınmış bir galeri tarafından galeri lideri olarak seçilmiş olmasının tartışılamayacağına dair bir anıştırma vardır. Eğer söz konusu galeri bu ağın bir parçasıysa, ortaya çıkaracağı ürün güçlü olacaktır. Daha yakından bakmaya gerek bile yoktur.[9]

B) *Üretim düzeyleri.* – Ağ düzeninde tüm parçalar bilgi topluluğuna katıldığında, ilk büyük ağlar ve uydu ağları ortaya çıktı. Gerçekten de, ağ, hiyerarşik bir düzeyde yapılanır. Böylece rasgele karşılaşmalara kendini kaptırarak, kendi kendine gelişen bağlantı gücüyle, neredeyse güvenilir bir ağda etkinleşebilir. Fakat, etkin bir biçimde, fazlasıyla güvenilebilir süper-ağ oluşturmaya da çalışabilir. Birbirlerinden fazlasıyla uzak noktaları büyük bir hızla birleştirerek bunu gerçekleştirir. Ağ gücünün karakteristik özelliklerinden biri de, karar yetkisinin etkin biçimde değişmesidir: merkezi değil-

9) F. Latraverse, L'amour de l'art, *ETC* içinde, No. 16, Montréal, 1991.

dir ve özel bir yeri de yoktur. Bir özneden ya da etrafa yayılmak için bir özne grubundan hareket etmez; merkezileşmiş, hatta yerleşmiş bir kurum, sadece tüm ağda aynı anda sunulmuş, yetenekli olduğu ölçüde bir güce sahiptir. Gerçekten de, sadece bağların çeşitliliği ve sayısı aracılığıyla etkinleşir.

Ağ uzmanları, eserlerin ve ağın üreticileridir. Bu, işaret olarak hareket edeceği andan itibaren, üzerine yüklenecek değerin niteliğidir.

İletişimin bu ilk seviyesi üzerine daha sonra ikinci bir düzen eklenir: komuta düzeni.

C) *Komuta.* – Eserlerin komutası, sık sık çeşitli biçim ve boyutlardaki çağdaş sanatın bölgesel sermayeleri (FRAC), çağdaş sanatın bölümleri ya da müzeler gibi kurumlardan gelir. Bu kurumların görevi çağdaş sanat olarak kabul edilen şeyi halka açıklamak olduğu için, bunlar ağ üzerinde önemli bir işleve sahiptir. Muhafazakârlar ya da bu kurumların yöneticileri, eserleri başarıya ulaştırmaya yardımcı olan bir üstünlük oyununa girerler. Temel estetik kriterlere göre seçimi her zaman prensipte koruyacak olan etkisizliktir. Fakat, ağ, bu duyumdan hiç bahsetmez. Nitekim, iletilen mesajların içeriğinin yanı sıra, bilgi akışının tek bir olgusu konusunda da açıklama yapılmaz. Eğer kısmi ağların oluşumunda kendine özgülükler varsa, bu, içeriklerin kendine özgülüğü olmasa da, onların ilerleyişine ilişkindir. Böylece, komuta, ilk biçimin profesyonel-satıcı ağlarıyla bağlantısını kesen ağlar oluşturabilir. Oysa, bu, onları ortaya çıkaran iletişim akışıdır. Böylece, komuta, eserleri önceden seçecek ve ilkler aracılığıyla değerlendirecektir. Öte yandan, müzelerle ilgi-

li kurumlar, bu hareketin dışına yerleştirilir. Nitekim, uluslararası piyasa, eserlerin bir bölümünü elde tutarak ekonomik potansiyellerini artırmak, ağda ve ağ aracılığıyla yeniden tanınan eserleri sunarak (dünyanın diğer istekleri ve halk karşısında), onların inandırıcılığını güvence altına almada yetkinleşir.

Üreticiler dediğimiz şeylerde büklem hareketinin hâkim olduğunu görüyoruz. Fiyat listelerine müdahale eden büyük koleksiyoncu-satıcılar, estetik değerlere müdahale olarak kabul edilen ve sadece devlet koleksiyoncularından farklı olan muhafazakârları geri çevirirler. Eğer birileri tamamen ekonomik kârla ilgileniyorsa, diğerleri onu parasal olarak destekleyen devlet aracılığıyla ve onların yönettiği kurumun değer veren kültürel imajının yararıyla ilgilenir.

D) *Üretim yardımcıları.* – Bahsettiğimiz üreticiler hızla güçlenir ve özelleşen basın (basına bağlı kuruluşlar, ajanslar, sanatın eleştirel gazetecileri, müzelere ya da galerilere bağlı kuruluşlar) uzmanlar ve sergi yöneticileri,[10] eserlerin sahip olduğu görünüş için gökyüzünde dolaşan ve bilgi alışverişinde (bilgi ithali ve ihracı) bulunan ticaret yolcularını ya da eserleri taşıyan araçlar, karmakarışık bir ağda kendi bilgilerini yayarlar. Hiçbir yerde olmayan eleştirinin modern sanat düzeninde etkili bir biçim[11] olduğuna, eser ve halk arasındaki söylemi koruyacak tek bir araç olmadığına, fakat reklamın profesyonel yalınlığı içinde, ona eşlik eden bir araç

10) Y. Michaud, *L'artiste et le commissaire*, Jacqueline Chambon, 1989.
11) *La promenade du critique influent*, Montréal-Paris, Hazan, 1990.

olduğuna ve bütün haklara sahip bir statüye yöneltmekte güçlük çektiğine dikkat edilecektir. Bu diğerleri arasında, rolü sık sık sanatçı ya da galeri kataloglarına önsöz yazmaya indirgenen yerleşik bakış, düzenin[12] bir türüdür. Görünen o ki, bu rol, sistemdeki diğer rolleri de oynayabilecektir.

Böylece ağın egemenolduğu bir iletişim sisteminde çeşitli etkilerin ortaya çıktığı söylenebilir: tüm eleştirel çözümlemeler aracılığıyla altı çizilen *profesyonellik*, başarılı bir uzmanlaşmayla birleşir: sanat üretimi büyük satıcılara ve büyük üreticilere yeniden ulaşır (yerleşmiş görünümün ve bilginin uzmanlarına). Fakat, aynı zamanda, *bu profesyonel alanda roller bireyselleşmez*. Çağdaş sanat eserlerini sergileyen bir müzenin müdürü de kataloglara önsöz yazabilir. Sergi yöneticisi, hatta işletmeci de olabilir (uluslararası piyasaya yerleşebilecek biçimde, tüm spekülatörler gibi fiyatların oluşturulmasında ve eserlerin satış ya da değişimi konusunda). Eleştiri çok iyi bir şekilde yazılmamış olabilir, fakat koleksiyoncuların ya da galerinin yanı sıra, seçtiği eserlerle ilk karşılaşanlara yardımcı olabilir. Bu eleştiri sahibi sergi yöneticisi de olabilir, çağdaş sanat müzesinde uzman görevini de üstlenmiş olabilir.[13]

E) "*Sanatçı-Yaratıcılar*". – Farklı seviyelerdeki ağları yöneterek üreticileri bir araya getiren bu etkinin önünde, bu

12) *La mise en vue de l'art contemporain*, Actes du Collogue de Bruxelles, Ekim 1989, Les Eperonniers, 1990.

13) 1972'de L. Alloway bu karakteristik özelliği *role blurring* anlatımıyla belirtmişti. Bkz. Network: The Art World Described as a system, *Artforum*, Eylül 1972, s. 28-32.

özenli hizmetlerin nesnesi (kavramın her iki anlamında da) nelerdir? Eğer iletişim, görüldüğü gibi, egemen bir hareketle ilerliyorsa, bu sırada bir bahanesi de olmalıdır. O halde, aktör, "yaratıcı", eser nereye yerleşir? Eğer ağ mesaj sahibinin bireysel biçimini reddediyorsa, sanatçımız, ağ işletmecilerinin de rahatını bozacak ağır bir huzursuzluğa kapılır. Oysa, bütün bu iletişimsel karışıklık, merkezi bir noktaya sahiptir: sanat ya da sanat düşüncesi, sanatçı ya da sanatçının geleneksel kültür içindeki biçimi. Aksine, ne biri, ne de diğeri ortadan kaybolmuştur. O halde, sanat düşüncesinin üstlendiği estetik ve aynı zamanda ahlaki değerlerin sonucunda, tek bir tanınmış eser aracılığıyla alınan anlamla, egemenlik ya da özgürlükle yetinmek ne demektir?

Prensipte, eser ve sanatçı, iletişim ağı aracılığıyla meydana gelen bir unsur olarak (onlar olmadan ağ bir yere sahip değildir) ve ağın bir ürünü olarak (ağ olmadan ne eser ne de sanatçı görülebilir bir varoluşa sahiptir) incelendi. Bunlar iletişimin temel kavramlarıdır: çağdaş statüsünden sorumlu olan, geri bildirim, doygunluk ve adlandırma.

2. Büklem etkisi. – Biraz önce betimlediğimiz gibi, çağdaş sanatı üreten iletişim ağı, bir geri bildirim aracılığıyla, başka bir deyişle aracın bütünsel bir hareketliliğiyle belirginleşir. Halka sunulan eserler arasında, sanatçılar tarafından üretilen tekil eserler değil, ağın bizatihi imgesi bulunur. Bir eseri "çağdaş sanat" olarak gördüğümüzde, gerçekten kendi bütünlüğü içinde çağdaş sanatı görürüz. Üretim sürecinde kendi kendine görünürlük kazanır. Bir bütünlük, kapalı bir bütünlük, yani yayılma mekanizmalarını bir araya getiren

bir bütünlük olarak sunulur: örneğin, iyi tercihler yapacak olan üreticilere yardımı ya da en iyi sanatçılar hakkında halkı bilgilendirmeyi tasarlayan değerlendirmelerin ve listelerin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkar. Bu, yıl içinde elde ettikleri tanınma aşamasından sonra, sanatçıları tanınmışlık ölçüsünde yerleştiren *Kunst Kompass*'tır[14] (Özel ya da ortaklaşa sergilerin sayısı, müzeler ya da koleksiyoncular tarafından yapılan satın almalar, sonuçta daha önce görünürlük kazanan şeyin görülebilirliği ölçüsünde). Bu doğrulanan liste, üreticilerce önceden hazırlananlardan farklı olan sonraki tercihleri önbelirler. Çünkü bunlar, hiyerarşik bir düzende sanatçıların gözünde yerleşen şeylerdir.

Bu afişleme sistemi, aynı iletişim ilkesine aittir: "hepsini" söylemek, "hepsini" halka anlatmak. Açık bir iletişim parolasıdır, bilgiler gizlice elde edilmez. Başka bir üretici gizlice çalışmayabilir. Bilgi, sık sık inanıldığı gibi "koşullamaz." Nitekim, yönlendirme, üreticinin (sanatçının) aracıdan (eleştirmen, satıcı, galerici) ve tüketiciden (amatör, halk) farklı olduğu yerde eski sistemin bir olgusudur. Burada, her şey açıkça gerçekleşir. Sadece yayılma hızı, büyük üreticiler ve onların takipçileri arasında ayrımcı bir rol oynayabilir.

Yayılma hızı, bir amaç için her yerde her an olanı inceler. *Top listelerin*de (Alman *Kunst Kompass*'ta, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en iyi sanatçılar listesi) kayıtlara alınan şey, aynı yıl içinde bir sanatçının sunulduğu yerlerin

14) *Kunst Kompas* kavramının ayrıntılı bir çözümlemesi için bkz. Annie Verger, L'art d'estimer l'art. Comment classer l'incomparable? *Actes de la recherche en sciences sociales*, No. 67/68, Mart 1987, s. 105-121.

sayısıdır: Aynı zamanda, özellikle olması gereken, genelleştirilen iletişim prensibiyle sunulan tanıtımdır.[15]

Bir sanatçı uluslararasıdır ya da değildir, ağdadır ya da değildir. *In* ya da *out*. Onun için yapılacak en zorlu tercih, sık sık üreticiler ya da yaratıcılar tarafından hazırlanır.

Aynı anda her yerdelik (ağa bir kez giriş yapan aynı sanatçılar, her yerde yeniden bulunur ve hareketli bir dönüşümün nesnesi haline gelir) bir tür şaşkınlık ya da kullandığımız terime göre bir *doygunluk* üretir.

O zaman benzerine dönüşen bu kitlenin herhangi bir biçiminin yenilenmesi, kendi kimliğinin belirlenmeye girişilmesi (bu doygunluğun ve geri bildirimin bir etkisidir), başka bir deyişle kayıtlı bilgilerin çoğalması gerekir. Bu, yeni adlandırmaların, yeni sanatçıların, yeni hareketlerin araştırılmasında bir değişim yarışı olacaktır. Bu, çağdaş sanat olarak nitelendirilen eski avangard sistemin çağdaş bir versiyonudur.

Sanat piyasasının sosyolojik çözümlemeleri,[16] sanatçıların ya da hareketlerin sürekli yenilenmesini gerektirir, ama sanatsal alanda bir iç değişim, bu yalın alanın baskın niteliği, bir moda mantığı, sürekli bir yenilik fırtınası, uzun bir zaman dilimi yerine kısa bir an ... vs. olarak bu olgu dikkate değer. Oysa, bu yenilenme hareketi, özel bir amaçla bir araya gelmez, ama sistemin bir sonucudur. Sanatın özerkliğini korumak için hâkim piyasada yükselen modern sanatın

15) Il faut être international ou rien..., *L'Arène de l'art*, H. Cueco ve P. Gaudibert, Galilée, 1988.

16) R. Moulin, *a.g.e.* Ayrıca bkz. E. Wallon *La mise en scène de l'art contemporain* ve *L'artiste et le peintre*, PUG, 1991.

avangardlarının tersine, iletişim aracılığıyla özerkliğin kazanılmasında çağdaş sanatla anlaşmazlığa düşer.

Ağa henüz giren ya da önceden girmiş olan sanatçı, eğer orada kalmak istiyorsa, kuralları kabul etmeye zorlanır. Yani sürekli olarak akışkan bir ağda sürdürülen sürekli bir adlandırma hareketinde kaybolma riski altında bireyselleşmek ve yenilenmek. Fakat bu yenilenme ve bireyselleşme isteği, tam olarak başka bir isteğin karşısındadır: tekrarlama ve çoğalma. Gerçekten de, eserin ağı doyurması ve aynı zamanda, her yerde artması için, kimlik işaretinin yeniden tanınması, bunun için de kendini yinelemesi gerekir. Kendi kendine bir yankı yapmalıdır. Böylece, yenilik ve zorunlu tekrar arasında, yetenekten değil de kör edici, bıktırıcı ve üzerinde artık hiçbir teşhir ya da keşif işleminin yapılamadığı bellilikten ibaret bir aşırı kazanç yer alır. Açıkça, kendine ve eserine mal olan iletişimden korunamaz. Bütün bu taktikler, fazlasıyla kullanılan ve bilinen geri dönüşlerin, alıntıların olduğu ve bir incelemenin de görüldüğü bir davranışı ortaya koyar.[17] Sanatçı, sergi yöneticisi olabilir, yani bütün geri bildirimi sağlayan çevresindeki üreticiler ya da eleştirmen, kendine özgü reklam sahibidir.[18]

Ağ tüketicisi. – Öyleyse, bir yandan üreticilere (dolaşımdaki profesyoneller), diğer yandan eserlere ve sanatçılara

17) Örneğin, Jeff Koons medya araçları içinde yeniden var olmak ve herhangi bir şeyi yeterince görünür kılmak için "bir görünümü" temin ediyor; radikal milletvekili ve İtalyan porno yıldızı Cicciolina'yla evlenmesi, paslanmaz bir kopyasıyla bir Munster Kitch yapıtının (tunçtan) yerini alması... Görünüşlerin tanıtılması ve müdahale alanlarıyla uluslararası olması. Bu konuda bkz. *Art Press*, No. 51, Ekim 1989.

18) Buren bu rollerin aynı andalığına iyi bir örnektir.

(bu yayılma bahanesiyle) sahibiz. Fakat bu iletişim akışının nereye gittiğini ve kimler tarafından alımlandığını kendi kendimize sorabiliriz.

İletişimin geleneksel tanımı, bilginin bir göndericiden bir alıcıya aktarımıdır (herhangi birine herhangi bir şeyin söylenmesi). Temel olarak bu iki özne, gönderen ve alıcı birbirinden farklıdır (bir kişi tek başına konuşsa bile, seslendiği diğer kendisidir: iki bölünme ortaya çıkar). Nitekim, büklem (geri bildirim içinde) olarak iletişim ağının sistemiyle birlikte alıcılar, sadece ağ işletmecilerinin diğerlerdir. Yani çağdaş sanat sistemi içinde bir bilgiyi (burada bir eseri) ağa yerleştiren üretici fabrika, onu kendi kendine alır ve ürettikten sonra da, onu tüketir.

Gösterildiği gibi üretici ya da üreticiler bir sanatçıyı ortaya çıkarır, üretir (burada ortaya çıkarmak, üretmek iki anlamdadır: birini sahneye çıkarmak ve bir nesne, bir ürün yaratmak); bunu bir diğerine, yani kendi alanı dışında farklı bir topluluğa satmak için üretmez. Fakat, burada, sonsuz bir hareketlilik ve akış içinde, kendi kendilerine satın almak ve diğer üreticilere satmak için üretirler.

Üretici ya da yönetici "sanatçı ve prensler" döneminde olduğu gibi, aynı zamanda tüketen kişilerdir. Ürünün görünür hale getirildiği bu yegâne farklılık sayesinde ürün kamusal kılınır. Ürünün özel bir koleksiyona dahil olmasından önce değişebildiği ve karşıt değere hizmet edebildiği ya da müze depolarında terk edilmediği yer serginin kısa bir bölümüdür.

"Halk" dediğimiz sıradan vatandaşlar, sadece para ödeyebildikleri gösteriye davet edilirler. Onların yerleşik estetik

yargılarında her şeyden önce söz konusu sanatın ve çağdaş sanatın, bağımsız olarak kendi kendilerine değerlendirebildikleri şeyin farkına varınış olmalarıdır. Kendilerini güvence altına almak için gösterinin sahip olduğu değerin bir bedeli ve saygınlığı vardır. Eserler ilgili alanlarda, yani müzelerde ya da çağdaş sanat galerilerinde sunulduğuna göre, buradaki sanatın iyi bir görünümüdür.

Uzun bir çabanın sonucunda, bu hareketi ödüllendirmesi gereken bu son bölümde, bu, içeriklere üstün gelen, bu içerikleri kaplayan şey, anlamı taşıyan yerleşik bir bakıştır: burada bahsedilen sanattır, eserler değil. Bu kendine özgü mesajı sergileyen ağdır: İşte bu çağdaş sanatın dünyasıdır. Böylece, halk ağı tüketir, oysa, kendi kendine tükenmektedir.

Sanatın bu kendi kendini sergileme ve kendi kendini tüketme düzeniyle ağın geri bildirimi kusursuz olarak temin edildi. Ve bu düzen kötü koşullardan uzak işlev görebilir.

3. **"İkinci gerçeklik" etkisi.** – Çağdaş sanatın iletişimsel sisteminin bu basit şeması, halkın görmemeyi tercih ettiği ve ağ aktörlerinin en iyi amaçlarla sürekli uygun olan değerleri takındıkları görünümleri özensiz bir biçimde netleştirebilir.

Nitekim, burada, gerçekten gizli bir etki var: çağdaşlığı ifade eden imaj, yerleşik çağdaş süreçle çelişmektedir. Sanat düşüncesi –özerklik, mutlak değer, estetik ölçütler– ve buna paralel olarak sanatçı düşüncesi –yeni bir gerçekliği açıklayarak ya da yeni bir biçimde açıklanarak toplumun ya da piyasa değerlerinin eleştirilmesi (sanatın bedeli yoktur)–

belirtilmiş olan sürecin gizlenmesine yardım eder. Ve kabaca gizlenmediklerinde ya da bilinmediklerinde –fakat herhangi bir seviyede hangi profesyonellikle bilinmeyebilirler?– dolayısıyla, ağdaki bu sanat dünyasının belirgin nitelikleri gizli bir şekilde eleştirilir. Geçmişe duyulan bu özlem, sonuçta tepkisel bir şeydir. Bu istekler platformunda tali olan şey, sanatın göreceli bir zihinsel oluşum biçimini kazanma alışkanlığıdır. Bu, ne pahasına olursa olsun, bu oluşumun var olma isteğidir. Ağda etkin kişiler olan galericilerin birçoğu da bir kriz içinde kendi isteklerini ifade etmek isterler: "Böyle sürmez, böylece piyasada çöker... düzene geri dönüşün işaretleri şimdiden görülüyor...", ama aynı zamanda, bunlar, genç bir ressama şunları ifade eder: "Hayır, bana bir resim yapması gerekmez, bir olay yaratın yeter, basın desteğiniz var mı, kiminle çalışıyorsunuz?" Sonuçta: "Uluslararası bir sanatçı olmak için potansiyele sahip misiniz?"

Çağdaş sanat kendi imajıdır. – Sanatçılara yönelen ve çağdaş sanat dünyasının bütünün –sistemin– algılanabildiği bu ayna, bu görünüm on yıl önce geçerli olan gerçekliğin birkaç küçük farklılıkla oluşumunu yansıtıyor. Burada, hâlâ, daha önce anımsamış olduğumuz yeni iletişim toplumunun prensiplerinden birinin üstünlüğü görülebilir: nesnel bir veri olarak kabullenme alışkanlığına sahip olduğumuz gerçekliğin yerini alan ikinci seviyede (ya da onuncu seviyede) bir gerçeklik verisi. Burada, bu kararsızlıktan ve belirsizlikten hareketle: sanat hep estetik ölçütlerine bağlı ve önce olan şeydir, ya da yerini yetenekle, güzellikle, zekâyla, üstünlükle ya da eleştiri yükümlülüğüyle ortaya çıkacak bir şeye sahip olmayan bir gerçekliğe mi bırakıyor? Başka bir deyişle,

sanat, yani eserler, hâlâ böyleleri gibi –bir tür özerklik– yargılanabilen ve kendilerine özgü niteliklerinden kaynaklanan gerçekliğe mi sahip ya da iletişimin hareket edebildiği imaja mı bağlı?

"Gerçeklik", yani sanatın özü, esere mi sahip oluyor ya da tüm diğer ölçütleri kabul eden kendi imajı gibi –bir işaret– kendini, bahane edilen nesnenin dışına sürülmüş mü buluyor?

Görülüyor ki, çağdaş sanatın üretilme ve dağıtılma mekanizmasının çözümlenmesi, bizi ikinci yanıta götürmektedir. Çağdaş sanatın gerçekliği eserin nitelikleri dışında, iletişim akışında yol açtığı imajda oluşur.

Bu konuda, kavramın yapmacık bir nesnenin gerçekliğinde bir referans taşıyıcısı olup olmadığı bir "simulakr"dan bahsedilebilir. Bahsedilen görüntü, gerçekten de, simülasyonun kaynak nesnesine bir üst gerçeklik sağlamaya çağrılır. Bu kavramın merkezindeki Epikuros fiziği, gerçekten de şeyleri algılamadığımızı, fakat görme organına değen atomaltı parçacıklardan kurtulan ikili karışıklığı ortaya koyuyordu. Buna karşılık, işaretin dolayımı söz konusu olduğunda, hiçbir gerçeklik bu dolayımı öncelemez.

Ağın varlığınca başka değerleri benimsemeye zorlanan, sadece işlerini yapıyor olduğu izlenimine sadık kalmak isteyen yığınla profesyonel vardır (yenilikçiler, yenilik savunucuları, sanatseverler, eserlerin niteliği konusunda uzman eleştirmenlerdir).

Bir gerçeklikten diğerine bu geçişi bir formülde birleştirmek için, iki tanım önerebiliriz: *estetik*, sanatçıların, eserlerin ve yol açtıkları yorumların değerlendirildiği çalışma alanına

uygun bir kavramdır. Estetik, sanatın, gerçekleri, hatta önemli ve temel olarak adlandırılan değerleri üzerinde durur.

Buna karşılık, sanatsal olan, çağdaş sanatın çalışma alanını sınırlar. Kavram *adlandırma* üzerinde durur: sanatsal olarak adlandırılacak alanda ortaya çıkan bütün eser, sanatın alanı gibi tanımlanmaktadır.

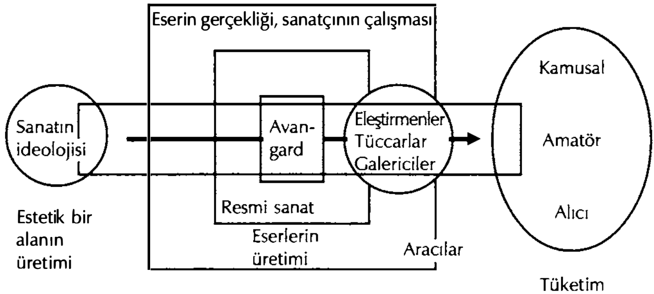
Sanat olan şeyin iki düşüncesi, eserin önünde iki tavıra yol açar. Ne ki, bu tür doğrulamalar ve tavırlar, hiçbir zaman net değildir ve iç içe geçmiştir.

Bu teorik iletişim şemasını kabul etmesi ve ona yardım etmesi gereken teknolojik sanatın katılımcılarının ve taraftarlarının gözlemlediği gibi –ve böylece yeni imajlar olarak sentez ya da sayısal imajları överek iletişimin yeni teknolojilerinden beslenir– kendi çalışmaları için elde etmeye çalıştığı değerlerin paylaşıldığı geleneksel sanatın savunucuları içinde kendisini yeniden bulur. Kendi reddedişleri içinde çok tutarlı olarak, teknolojinin uygulanmasının karşısında durarak eserlerin bağımsızlığının ve gerçekliğinin taraftarları renklerin büyüsüne kapılır. Bu tutarlılık onlara güç verir, sadece çağdaş sanattan biraz haberi olan bir halk olarak değil, fakat, hâlâ ağın üreticileri olarak onları dinlettirir. Nitekim, çağdaş sanatı destekleyebilen, sahip olduğu imajını geliştirebilen şeyin tamamı faydalıdır.

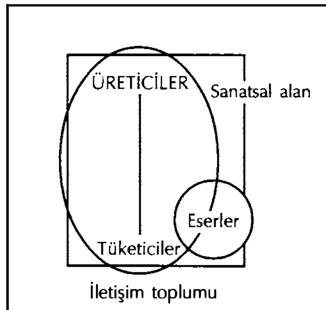
Şu anda aktörlerin durumlarını hesaba katarak sanat eserinin görünümünün yerleşik şemalarını, ana çizgilerini belirleyecek durumdayız.

Kendi etrafında döndüğüne göre, eserlerin çok önem verdiği alan ve aynı zamanda hareketin daralması Şekil 2'de belirtilecektir. Şekil 1'in tersine, sanatsal alanın kendi ken-

dine toplumdan ayırt edildiği eşit bir biçimde belirtiliyor. Nitekim, son olarak eserler akademik ve avangard olarak ayrılmadı. Eserler bu iletişim akışına dahil oldu ya da olmadı.



Şekil 1. – Sanat bireyselleşen aktörleriyle birlikte özel bir alandı. *Bir çizgi, aktör-aracı vasıtasıyla üretimden tüketime giden şeklin ortasından geçiyor.*



Şekil 2. – Şekil akış halinde. İşaretlerin iletişiminin tüm unsurları üreticilerde bulunuyor.

İKİNCİ KISIM

ÇAĞDAŞ SANATIN BİÇİMLERİ VE FİGÜRLERİ

I. Bölüm

KIRICILAR

Sunulan iki model, yani tüketim toplumunun modern sanat modeli ile iletişim toplumununki arasında güçlü bir kopuş vardır. Bununla birlikte, "modern"likte birçok gösterge, şeylerin yeni bir durumuna ulaşmayı öngörmemektedir. Gerçekten de, toplumsal ve siyasi alanda kuramlar bazen uygulamaları dayatmakta, buna karşılık, sanat alanındaki kopma hareketi, ilkin uyumu bozan ve uzaktan yeni bir gerçekliği açıklayan uygulamaları ve yalın figürleri sıkça ortaya koymaktadır. Bu betimleyici figürleri "kırıcılar" olarak adlandırıyoruz.

Kırıcı terimi, dilbilimsel olarak ikili bir düzene ve ikili bir işleve sahip birimleri ifade eder. Bunlar, daha önce dile getirilen açıklayıcıya ve açıklamaya (şimdi alınan mesaj) göndermede bulunur. Kişi zamirleri "kırıcılar" olarak dikkate alınır. Nitekim, kodlama unsurları olarak aldıkları bir

açıklamada kesinlikle yer alır. Zaten kırıcılar, fazlasıyla dilbilimsel bir unsurla varoluşsal bir ilişki içindedir: bu, sözü simgeleyen bir unsurdur.[1]

Burada "kırıcılar"dan ayırarak şu anda aldığımız mesaj, bu mesajın göndericisi ve açıklanan mesajın özgünlüğüyle, geçici olarak bu iki biçime göndermede bulunuruz –böylece geçmişle bugün arasındaki bağlantıya, fakat tarafsızlığın– mesajın ulaşmasıyla – ve öznelliğin sınırlarına yerleşen bu birimlerin ikili bir oyunuyla, bir gönderimde bulunuruz. Eğer çağdaş bir bakış açısıyla hareket edersek, mesajın eski sahibine geri dönme durumu –şu anda anlaşılan– "anafor" olarak adlandırılan düşünce biçimine ya da güncel alanda geçmişin unsurlarını birdenbire ortaya çıkaran ve geçmişte üretilmiş olan bir harekete aittir.

Böylece, düşünce devinimlerinden ziyade yapılan alıntıların sıklığıyla, günümüzde –kronolojinin çağdaş sanat içine konumladığı– iki ya da üç figürün yolunu açar. Bunlar, modern sistemin "kırıcıları" olarak nitelendirilmiş olabilir ve bu olguyla onları çağdaş sanatın içine yerleştiririz.

Bu bakışla önce iki sanatçıyı inceleyeceğiz: Marcel Duchamp ve Andy Warhol. Daha sonra, satıcı-galerici-koleksiyoncu olarak Leo Castelli'yi ele alacağız.

Bu üç kişilik, iletişim toplumunun anahtar belirtilerine karşılık veren bir etkinliğin ortak uygulamasına sahiptir.

1) Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Le Seuil, 1963.

I. – Kırıcı Marcel Duchamp (1887-1968)

Duchamp olgusu, burada, çağdaş sanata etkisinin zamanla arttığını gördüğümüz ilgi çekici bir olgudur. Bir yandan, ona adanan eserlerin sayısı giderek önem kazanmakta,[2] diğer yandan, günümüzde, birçok sanatçıya belirli ya da belirsiz bir biçimde referans olmaktadır. Peki neden? Çünkü, bu sanatçı –özgünlüğü savunan– çağdaş beklentileri karşılayan basit bir davranış modeli kazanmış gibi görünmektedir.

Bu, eserinin estetik içeriğinden çok, çalışmasının sanat rejimiyle ve dolayımıyla arasındakiilişkiyitahayyülediş biçimiyle ilgilidir.

Diğer kavramlar Duchamp'ı çekici kılan sürekli durumlardır ve onu "kırıcılar"ın ilk sırasına yerleştirir.

1. Sanat alanı ile estetik alanın farkı.

(Kendi değeri olarak estetik, eserlerin içeriğini belirler. Sanat ise, özel bir içeriği belirlemeksizin, diğerleri arasında basit etkinlik alanıdır.)

2. Sanat alanında, estetiğe bağlı olmadığı gibi, aktörlerin rolleri de öncelikli olarak ayrılmaz.

2) Breton'dan sonra, *Le surréalisme et la peinture* içinde, Le phare de la mariée, Gallimard, 1965; Pierre Cabanne'ın *Marcel Duchamp, ingénieur du temps perdu* başlığı altında Marcel Duchamp'la görüşmeleri, Belfond, 1967, 1977 yeniden yayınlandı; Jean Clair, *Duchamp ou le grand fictif*, Galilée, 1975; J.-F. Lyotard, *Les transformateurs Duchamp*, Galilée, 1980; Un colloque de Cerisy sur *Duchamp*, UGE, "10/18", 1979. De Thierry de Duve, *Le nominalisme pictural*, Minuit, 1984; *Résonances du ready made*, Jacqueline Chambon, 1989; *Cousus de fils d'or*, Art édition, 1990; Jean Suguet, *Le Grand verre rêvé*, Aubier, 1991. Diğer yandan, Duchamp'ın metinleri *Duchamp du signe* başlığı altında yeniden bir araya getirildi, Flammarion, 1975.

(Üreticiler, aracılar ve tüketiciler ayırt edilmemiş olabilir... Aynı zamanda bütün roller oynanmış olabilir. Kendi kabul gören tüketimine kadar bir eserin izlediği yol çizgisel değildir. Fakat büklemsel bir biçimde ilerler.)

3. Bu alan diğer etkinlik alanlarıyla çatışma halinde değildir, aksine bir bütünleşme alanıdır.

("Sanatçı" figürünün romantizmi ve avangard hareketlerin terk edilmesi.)

4. Onu açıklayan gerçeklikle, diğer işaretler arasında bir işaretler sistemi olarak sanat, belirleyici bir unsur olan dil aracılığıyla oluşturulur.

(Dil oyunlarının ve gerçekliğin oluşturulmasının önemiyle sanat duygu değil, düşüncedir. Gözlemci ve gözlem, bu oluşum içinde ve bu oluşumla birlikte bir araya gelirler.)

Hiç kuşkusuz, bu dört nokta kolayca anlaşılamayabilir. Hâkim modern düzenle çatışmaya girer ve sadece kabullenmede değil, aynı zamanda algılamada da var olmak için çok ağır muhalif bir yükümlülük taşırlar. Ya da fazlasıyla modern sanatın aşırı bir noktası olarak kabul edilirler. Bir yandan, gerçekten de, Duchamp'ın eserleri üslup yargısına yol açan estetik bir nitelik sunmuyordu, diğer yandan, sanat alanının varlığının *alaycı bir doğrulanmasından*[3] ibaret arı bir doğrulamadan oluştukları için maddi olarak kavranamazlardır.

Yarattıkları yeniliğe hakkını vermek için, sanat tarihine has bir olgu olan şeyi, yani eserlerin ince ince çözümlemesini değil, Duchampcı biçemin küresel ölçekteki yerleştirimini dikkate almalıyız öyleyse.

3) *Duchamp du signe*, s. 46.

1. Birinci öneri: sanat/estetik ayrımı

A) *Kırılma.* – Devamlılık, sıralanmalar, kırılmalar: ressamlar, genel olarak onları kendi öncellerine bağlayan bir referans ağındadırlar. Sanatsal hareketler –artışlar ve yok olmalarla– başka bir biçim altında yeniden devam etmek için kendilerini geliştirirler. Genç Duchamp "aynı" ya da "farklı" resimler yapar. 1907 yılından 1910 yılına kadar İzlenimci bir dizi resim yapar. Sonra 1911 yılında *Courant d'air sur pommier du Japon* ile Cézanne'a yaklaşır ve *Jeune homme triste dans un train* ile Kübizm'e geçer. Daha sonra 1912[4] tarihli *Nu descendant un escalier* ile özel bir kavramı ortaya koyar. Böylece yazarları, şairleri ve ressamları etrafına toplar. Duchamp'ın iki erkek kardeşi de, Jacques Villon ve Raymond Duchamp-Villon, ressam ve heykeltıraştır. Apollinaire ve Breton'larla olan sık sık görüşmeleriyle ve tartışmalarıyla, Kübizm'e ve Sürrealizm'e katılır ve Cézanne'dan uzaklaşmaya başlar. 1912 yılında Münih'e yaptığı bir yolculukta, Dadacılık ona çok boş gelir.[5] Duchamp resmin estetik bir uygulamasından ayrılır: kendini "sanat kırıcısı" olarak tanımlar. Ve böylece macera başlar.

Bu kırılma, nedensel bir sıralamada kendi karşı tezini ortaya koyacak bir karşıtlık değil, bir yer değiştirmedir. Onun için sanat, bir içerik sorunu (biçimler, renkler, görüşler gerçeklik yorumları, biçim ya da dayanak) değil, içeren sorunudur. Böylece, McLuhan'ın 50'lerde, çok geç olarak söylediği "araç mesajdır" sözü, medya araçları arasında iletişimin birli-

4) Bu sırada, şu anda Yale Üniversitesi Sanat Galerisi'nde bulunan *Tu m'* adlı son resmini 1918 yılında Katherine Dreier için yapar.

5) "Dada fut très utile comme purgatif", *Duchamp du signe*, s. 173.

ğini yerleştirmek için mesaj (amaçsal içerik) ve yayılma aracı (etkisiz ve tarafsız) arasındaki klasik ayrımı ortadan kaldırır.[6]

Duchamp aracılığıyla eserin iradi içeriğinin içeren karşısında hükümsüz kılınması, söz konusu olanın sanat olduğunu anlatmaya yeter.

Ünlü bir metinde tek olan ve yeniden üretilemez sanat eserinin özgünlüğünün yitmesine üzülen Walter Benjamin'in çelişkili tavrı, teknik üretimin mekanik oyunundaki küçük bir parçaydı. Önceden, eser tasarlandığı şey için ve tasarlandığı yere atfediliyordu. Şimdi ise kendisine ait olmayan tüm yerlerde sunulmaktadır.[7] W. Benjamin için sergi markadır, modernliktir ve eserlerin gerçekdışılığıdır.

B) *Ready made [hazır ürün]*. – 1913 yılında Duchamp ilk *ready made*'ini, *(Roue de bicyclette)*, daha sonra 1917 yılında ise New York Bağımsızları'na *Fontaine*'i sergiler. Tam anlamıyla "asıl olgu" olarak adlandırdığı estetik alanı terk eder. Daha fazla dayanak, daha fazla biçim, sadece "işaretler", yani yerleri belirleyen bir göstergeler sistemidir. Genel olarak bisiklet gibi ya da "fontaine"de vaftiz edilen çocuk gibi, gündelik yaşamda kullanılan ve daha önce orada olan "bütün olguların" nesnelerini sergileyerek, yalnızca sergi alanının sanat eserlerinin bu nesnelerini ortaya koyduğuna işareteder. Bir nesneye sanatsal değeri, biraz da sahip olduğu

6) McLuhan'ın *Pour comprendre les médias* adlı eseri 1964 yılında yayımlanmıştır. Onun, Duchamp'ın düşüncelerinin aracılığıyla daha önceden ortaya çıkan düşünceleri 60'lı yıllarda sanatçılar arasında bir uzlaşma sağlar.

7) W. Benjamin, L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique, Œuvres, II içinde: *Poésie et révolution*, Denoël, 1971.

estetik değeri veren budur. Bu, sanatsal yükümlülüğü taşıyan içerikleri barındıran unsurdur: sanat galerileri, sergi salonları, müzeler. Ya da metinler, gazeteler, notlar, yayınlar, hatta Duchamp'ın valizler ve kutular olan *(1914 kutusu, yeşil kutu, valizdeki kutular)* taşınabilir müzesi gibi gizlenmiş notlardır.[8]

Aynı şekilde, "kutu" kavramı, Duchamp'ın içerene yüklediği işlevi en iyi şekilde açıklar. Taşınabilir müze, asla açık olmayabilir ya da hâlâ kutu onaylanmamış olabilir ve hiçbir şeyi içermeyebilir: "Sesi yeniden tanınamaz, herhangi bir şeyi kapsayan bir kutuyla birlikte *ready made* ortaya koymak ve kutuyu birleştirmek.[9]

Esere göre, *ne olursa olsun, böyle bir anda* oluşturulabilir. Değer yer değiştirdi: Şu anda değer yere ve zamana bağlanır ve böylece kendi kendine nesneyi yadsır. Sanat ve estetik arasındaki paylaşım, gösterilenin, sanatın ortaya konduğu sahne gibi sınırlandıran bir alanın yararınadır.

Bu durumda, eserin yaratıcısı sanatçı-ressam olarak kaybolur, o, sadece gösterici, sergileyicidir. Bu işaretleme ve açıklama ona yeter. Varoluşunun tek belirtisi, nesneye eşlik eden imzadır ve bu, sürekli olarak kendi kendini gizleyen bir belirtidir: Böylece urinoir'ı imzalayan R. Mutt, R. Rose Sélavy ya da birkaç yardımcı *(yardımcı ready made)*, böyle *Gizli Gürültü (A bruit secret,* 1916). Gizemli bir yumak iki metal plaka arasına iyice yerleşir. Yumağın içinde, Duchamp Arensberg'e Duchamp'ın (ve izleyicinin) bilmediği küçük bir nesneyi yerleştirmesini ister. Aksi halde *ready*

8) *Entretien avec Pierre Cabanne,* s. 136 vd.
9) *Duchamp du signe,* s. 49.

made bir karışıklığa yol açtığında bir söylentiyi ortaya atar. Nesneye eşlik eden bilgiler, (bilgilerin eklenmesiyle) bu kez eser sahibinin adına değil, nesnenin kendi adına alaycı bir biçimde gizlenen belirtilerdir: Bu çelik bir tarakta olduğu gibi kenarına kazınır ve cümle devam eder: "Tepeden düşen üç ya da dört damla, asla yabanıllık olarak görülmeyecektir." Aynı tarak, "demirin imkânsızlığı" formülüne eşlik etmiş de olabilir. Sözcük oyunu olduğu ortadadır, söz konusu olan, estetik olarak algılanan resimsellik, "eldeki gerçekle" birlikte kırılmayı belirtmektir.

C) *Tesadüf ve tercih.* – Eğer bir şeyi gerçekleştirmek imkânsızsa, sanatçının payının azaldığı tercih sürer. Eğer cisimsel olarak içeren önemliyse, zamansal, geçici olan için tamamen diğerleri gibidir. Dolayısıyla nesnenin tercihi tesadüfe, karşılaşmaya, fırsata bağlıdır. Duchamp bu geçici uygulamayı *tutucu bir tesadüf* olarak adlandıracaktır.

Şüphesiz, buradaki son iz, geçmiş bir biçime doğrudur: Sanatsal bir çalışmada hâlâ gerçek olan yaratıcı bir önsezinin, yetenekli bir varoluşun belirtisidir. Bu tesadüfi karşılaşmada, bu yeteneğin sığındığı bir kurmacadır. Yani "sanatçı-olmayan" biri olarak düşünülen sanatçının bilme tercihidir.

Tesadüfen bir *ready made* seçilir ve bir kenara ayrılır, bu, *aynı zamanda belli bir zamandaki sanatın durumunu da anlatır.* Bu *ready made*, sanat olaylarının bütünüyle parçalı bir ilişki içindedir. Başka bir durumda bambaşka bir eser değildir, estetik bir değerle kendi kendini zenginleştiren bir eser de değildir: sözdizimsel sistemde bir işaret, bir göstergedir. Bu söz dizimini tek bir durumla açıklar.

2. İkinci öneri: rollerin farksızlığı. – Eğer estetik, sahip olunan yetenek bir kenara bırakıldıysa, eğer sanatçı bir göstericiyse ve eğer işaretleri üretiyorsa, sanat alanındaki rollerin bütün farklılığı yeniden ele alınacaktır. Duchamp bunu yapmaya çalışır.

A) *Üretici olarak sanatçı.* – Bu yeni oyunda, sanatçı üretendir. Yani bir nesneyi ileri sürer, çıkarıp sergiler. Onu yerleştirir ve ona sahip olur. Böylece, onu sanat alanındaki sanatçılardan oluşan galerici-satıcıyla özdeşleştirir. Böylece onları ortaya çıkarır ve birçok biçimde onlara sahip olur. Zaten söz konusu nesnenin üreticisiyle de özdeşleşir. Kısacası, üretilen bu nesnede sanatçının müdahalesi çok azdır. Birkaç defa *ready made*'e ya da işarete yardımcı olur. Fakat nesnenin maddesi onun dışında kalır. Gösterenin, yönetmenin (eseri sergileyenin) çalışması, nesnenin yer değiştirmesiyle ilgilidir: onun zamansallığını ve yerini değiştirir. Böylece renklerin ve biçimlerin yaratılmasında bütün iddia reddedilir ya da kaybolur. Sanatçı yaratmaz, sadece maddeyi kullanır. "Herhangi bir şeyi yapmak, bu mavi ya da kırmızı boya tüpünü seçmektir... Bu boya tüpünü satın aldınız ve onu kullanmadınız. Onu *ready made* olarak satın aldınız: dünyanın bütün tuvalleri, yardım almış '*ready made*'ler ve toplama çalışmalardır..."

Duchamp'ın gösterdiği şey, basitçe, bütün eserin, bütün olarak resmin normal bir durumudur.[10]

10) G. Charbonnier ile mülakat, RTF, 1961 ve Katherine Kuh ile, Thierry de Duve tarafından aktarılan, *Résonances du ready made, a.g.e.*

Eserin ilk üreticisi endüstriyeldir. İkincisi ise üretilen bir nesneyi kullanmayı tercih eden sanatçıdır. Sanatçı, endüstriyel üretimin bir aşamasıyla özdeşleşir ve basit bir "sanat katsayısı" verir. *Ready made*'e yardımcı olur, ama üretime de yardımcı olur.

B) *İzleyici olarak üretici.* – Bu, rollerin ikinci kez yer değiştirmesidir. Duchamp'ın ünlü önerisi şudur: "Bu resmi ortaya koyan izleyicidir" ve bunu hiçbir değişiklik yapmadan kabul edecektir. Çoğunlukla düşünüldüğü gibi, bu öneri, bakışın anlamsız bir metafiziğine, algılanan öznenin bir idealizmine başvurmaz, fakat sibernetikte çok iyi bilinen bir kurala uyar ve iletişim kuramlarını yeniden ele alır: gözlemci gözlemlediği sistemin bir parçasıdır; gözleyerek gözlemin koşullarını ortaya koyar ve izlenen nesneyi dönüştürür. Görülüyor ki, potansiyel olarak var olan tüketiciden sanatçının ayırt edilmesi olanaklı değildir, fakat onlar aynı üretim sürecinde bir araya getirilebilirler. Sanatçı, bir yandan üreticiyle, diğer yandan gözlemciyle özdeşleşerek kendini bulur.

(Bardak üzerindeki ince yazıları karıştıran *grand verre* içinde, çok ince bir cam bardak kendi özel yansımasını gözlemciye verir.)

C) *Tüketici olarak sanatçı.* – Her şeyden önce, burada roller iyice karıştı: arabulucu-yönetici, galerici ya da satıcı, bu kendi kendine bir sanatçıdır. Duchamp eserlerini sadece tutucu bir anlayışla tesadüfen korumaz. Fakat, valizlerinde, valizlerindeki kutularda olan notları, metinleri, kopyalanmış nesneleri korur. Onları bir araya getirir ve yanında taşır.

Diğer yandan dönüşümü tamamlamak için, Arensberg koleksiyonunun 45 eserini sergileyen Philadelphia Müzesi'nin ilgili bölümününyöneticisi olur: kendi özel eserleriyle. Aynı zamanda iki role sahip bir jüri üyesidir: kendi çalışmalarını sergileyen bir sanatçı rolü ve "fontaine"i reddeden bir jüri üyesi rolü.

Nisan 1917 tarihinde Bağımsızlar Derneği'nde R. Mutt'un imzasını taşıyan süslenmiş bir seramik pisuvar sergileniyordu. "Jüri üyeleri arasındaydım, ama yüksek rütbedeki jüri üyeleri onu gönderenin ben olduğumu bilmiyorlardı. Kişisel bazı nedenlerle, ilgiden kaçınmak için Mutt adıyla kaydolmuştum. Bu durum, aynı zamanda, yeterince kışkırtıcıydı."[11]

Gösteri kusursuzdu: Sanatçı bütünsel bir sistemden ayrılan bambaşka bir unsur değil, eserin yaratıcısı ya da alıcısı değil, sadece kendi kendini kapsayan bir iletişim kanalıdır.

3. Üçüncü öneri: sanat düzeni ağda bir araya gelir. – İlk iki öneri doğrudan ikincisine yönelir. Gerçekten de, genel düzenle (toplumsal, siyasal, ekonomik) sanatın ilişkisi, bir bütünleşmedir, çatışma değil. Eşzamanlı parçalardan faydalanarak, Duchamp, karşı çıkılan, reddedilen, bir kenara bırakılan sanatçının eski ideolojisini yıkar: estetik, genel düzenin farklı kurallarına sahip olan bir alan değildir. Çıkış gibi girişin de bulunamadığı bir iletişim oyununda, basit bir bölümdür. Merkezde değildir, sonda da değildir. Bir kıvrımdır. Bir ağın çalışması, ağ sahiplerinin işidir, sanatçının

11) Pierre Cabanne ile mülakat, s. 93.

isteği değil. Ağın her noktası diğerlerini bir araya getirir ve her müdahaleci, aynı zamanda her yerde olabilir.

Bu durum, açıkçası avangard değildir; toplum karşıtı ya da piyasa karşıtı bir açıklama da değildir. Tersine, sanat oyunu, üretilen bir nesnenin basit bir sergilenmesinin değeri üzerinde düşünmekten farksızdır. Sergi, işaretin tek bir değerini ortaya koyar. Tasarlanan bu değer, sanat alanında kuramsal olarak belirlenmiş, kendi hakkıyla edindiği bir hakka sahiptir.

Sürekli yol açtığı anlaşılmazlıkla, Duchamp'ın özgünlüğü, bir işlevi açıkça ortaya koyar ve onun heyecanlı ve istekli içeriği eser ve sanatçıyı yok sayar. *Mariée mise à nu*, bu kendi başına iyi bir sanat eseridir; estetik, yaldızlı işlemelerden kurtulmuştur. *Grand verre*'de görülen soğuk ve ezici mekanizmaları, burada gölge olarak beliren çağdaş sanatın yeni sistemi ve onun kusursuz mantığıdır.

Ortak bir ağ mantığı: Başlığı Man Ray olan ve Katherine Dreier ve Duchamp tarafından kurulan *Société anonyme* (ortak bir dernek), Yale Üniversitesi Galerisi'nde, bir müzeye devredilmesi gereken sürekli bir uluslararası koleksiyon düzenler: bu New York, Paris, Buenos Aires arasında dokunan uluslararası bir mantıktır.

4. Dördüncü öneri: sanat kelimelerle düşünür. – Son etki belli bir düzen içindedir: dilin önemi. Belirli ve büyük bir oyun içinde, sanat katsayısını ona tahsis etmekten ve tüketimin her zamanki tutumunda nesneyi belirtmekten ibaret yardım, yeni bir birliktelikten, daha çok da, zorunlu olarak ona eşlik eden başlıklardan kaynaklanmış olabilir.

Böyle bir nesneyi sergilemek, ona başlık koymaktır. Pisuvar bir kaynaktır, yere konulan askılık bir tuzaktır; nesne sanatsal bir unsur olarak yeniden tanındığında (*Mona Lisa gibi*), ona yardım eden başlık estetik değerle yer değiştirir. *LHOOQ* onu artık kutsal olarak görmez.

Diğer yandan, kutulara kapatılmış taşınabilir müzedeki metinler ve notlar, hazır nesnelerle aynı başlığı taşıyan eserlerdir. Bunlar hazır ve hemen hemen anlaşılmaz açıklamalardır. Sözde *ready made*'lerdir. Söz dizimi kusursuz, anlam önemsizdir. Sürrealist oyunların tersine hiçbir şiirsel etki özellikle araştırılmaz; bu, kendi kendine yeniden gönderilen dilin sade bir uygulamasıdır. Hiçbir şekilde sanatçının yeteneği hissedilmez ve öneriler kendi tanımsal netliğinde donmuş gibidir. Roussel ve Brisset'ye göre onun hayranlığı şöyle açıklanır: "Bir ressam olarak düşünüyordum ki, başka bir ressam yerine bir yazardan daha fazla etkilenmiş olmaktan daha iyidir... Bir ressam olarak kötü anlatımdan yeterince sıkıldım."

Eğer resmin maddi içeriği (renkler ve biçimler) reddedildiyse, sanatın hiç retinası ve görme yetisi yoksa, o halde, bu durumda başka bir dayanak noktası bulunmalıdır. Ya da kelimeler, iletişim kanalında yerçekimi olmaksızın hareket edebilen, biraz rahatsız edici, elle tutulamayan işaretlerdir. Kelimeler, biçimin yerini aldığı ve başlık attığı nesnelere hem yerde hem de zamanda yardımcı olur: başlık bir renktir.

Daha sonra çözüm yolları için altını çizdiğimiz dil, daha önce orada ve kullanılmaya hazır olan *ready made*'dir. Dil kullanıcıları bunu keşfetmez, sadece yorumlar ya da birkaç kez parçalarının yerini değiştirir.

Aynı şekilde, Wittgenstein için de dil oyunları mesajı netleştirmez, fakat dilin yapısı ve kullanımı, aynı şekilde *ready made*'lere yardımcı olan –ya da *ready made* olarak kullanılan– Duchamp'ın önerileri, alışılmış anlamı fazlasıyla karıştırmaya çalıştığı hem nesnelerin hem de sanatın işlevini netleştirmez.

5) Dönüştürücü Duchamp. – Duchamp'ın eseri bir anlam içinde ya da diğerinde, onu teşvik ettikten sonra ortaya çıkacak olan sanatçıların gelişiminin nedenini içerir: kavramsal sanat, deyimsellik, popüler sanat, hatta kendi yeteneğini ortaya çıkaran oluşumlar. Fakat bu tarihsel ilerlemede, Duchamp'ın yol açtığı dönüşümü araştırması gereken estetik içerik, bu gelişimin devamlılığı içinde değildir. Bu durum, burada yanlış bir yoruma neden oluyor. Gerçekten kendi çalışmasının dönüştürücü olduğu, çağdaş sanat düzenini oluşturan ve açıklayan, belirli öneriler içindedir. Burası, sanat alanının, sınırsız güce sahip olduğu iletişim çağına bağlı olduğu yerdir.

Bunları kısaca özetleyelim:

— İşaretin göndericisi ve alıcısıyla birlikte niyetlenen mesajın geçişi, onu harekete geçirmeye elverişli ağda ve ağ tarafından üretiliyordur (ismini gizli tutma, sahte imza, nesnenin önemsizliği, gözlerdeki heyecanın kaybolması).

— Buna paralel olarak, kararlı ve özgür bir özne olarak, eser sahibinin kaybolması. Karşılaşılan tesadüf ve tercih yer değiştirir; fırsat ve çabukluk çalışmanın yerine geçer: "Ne olursa olsun, fakat böyle bir zamanda olsun." Burada Duchamp, sistem tarafından belirlenen bir unsur gibi, yerini ve özne-

nin geri dönüş hareketini önceden belirler. Foucault'yu ve Barthes'ı belirler.

— Dilin önemi, bir düşünce anlatımı olarak değil, kendi kendine düşüncenin radikal temeli olarak artar. Sanatın kendi içinde kendini düşünmesi gibi, dil de kendini düşünür. Bu, bütün pragmatik Anglosakson okulu ve burada önceden belirlenen Wittgenstein'ın çalışmasıdır. Bu durum, Wittgenstein'ın altmışların Amerikan sanatçıları için dediği gibi ortaktır.[12] Bunu Fransa'da referans olarak söyleyen Duchamp'tır. (*Ben* tutkulu bir hayrandır.)

— Avangardların ve sosyo-politik mesajın kaybolması.

Bir araya gelen iki etki: gerçekten de, geleneksel sanat eleştirmenleri için avangard, sanat tarihine bağlı bir olaydır. Bu, yeniliğin araştırılması ve kışkırtmalar aracılığıyla sanatın ilerleme gücüdür. Eğer Duchamp'la birlikte estetik sanat tarihinin dışına çıkıyorsak, onu biçimsel yeniliğinde değerlendiririrken, artık duruma geçer ve dolayısıyla gereğinden fazla avangarddır (zaten ardcı değildir). Diğer bir olay ise, avangardın yerine geçebilecek olanın neredeyse birden bire telafi edilmesidir. Tamamıyla kabul edilmiş, alınmış ve güncel olarak altı çizilmiş gibi, avangard kitleden uzaklaşmayabilir.

Diğer yandan, avangardların, toplumsal ve siyasi mesajı açıkça piyasa toplumunun bir eleştirisidir ve sermaye değerlerinin reddedilmesi ya da geçersizleşmesi olarak yerleşir. Diğerleri arasında bir alan olarak toplumla sanat bütünleşerek bu mesaj engellenir. İletişim toplumunda paranın bil-

12) Irving Sandler, *Le triomphe de l'art américain, les années soixante*, Carré, s. 88-89.

giden daha az önemli olması gibi (zengin bir gerçeklik olarak bilgi ve akışı), çatışma kendinden kaynaklanır.

— Bir işaretin yayılmasının minimal şartlarının araştırılması: imza sanatın güvencesi ve sanatsal değerin katsayısıdır; eser, parasal bir türe aittir.

Duchamp, tedavisinin ödemesini yaparken, dişçisi Tzanck'a bir çek verir. Sadece sanatçının imzası bile bu çeki değerli kılacaktır... Yirmi yıl çok geçtir. Yves Klein'ın sergisinde anımsanır: resimsel bir duyarlılık alanının satılması, alıcının büyük bir bedel ödeyerek satın aldığı gerçeğine varır; karşılığında yakması gereken bir fatura geçer eline, oysa, sanatçı elindeki altının yarısını nehre atar (burada bahsedilen Seine Nehri'dir).

Bir yansıma olarak, bu, hâlâ kendisini "ticaret adamı sanatçı" olarak adlandıran Warhol'un sorunlarıdır.

— Nesneyi sanatsal duruma yerleştiren mekânsal içeriğin öteye konumlanması. (Bütünüyle bu kehaneti gerçek kılan ve bugün bir yankı uyandıran bölgesel işletmelerin, kuruluşların, galerilerin, müzelerin gelişimi.)

— Sanat profesyonelleri aracılığıyla biçimlenen ağın açıkça ortaya konulmasının özeti. (Belirsizliğe ya da anlaşılmazlığa ve halkın kabul etmemesine rağmen, görülebilir eserlerin bir kısmına, profesyonellere –küçük bir seçkin grubu– rağmen beğenilir.)

Duchamp'ın modeli, sadece yetişmiş birkaç kişinin bilip bilmediğinin belirsizliğiyle, eserin değerlendiriciye yardım ettiği iletişim sisteminde daha önce gerçekleşen bir sisteme, bir sanat faaliyetinin mümkün olan tek imaj olduğu "yeni imajlar" sunmaz.

Bu andan itibaren, sanat alanı, bir geri çekilme ve bir uyuşmazlık alanı, toplum içinde bir çatışma alanı değil, ayrıntılı olarak onu canlandıran mekanizmaların netleşmesidir.[13]

Sanatçıların içinde yer aldıkları, bu benzer mekanizmaları göstererek, "sanatçı-olmayan" sanatçılar, geniş bir biçimde bu ironik suç ortaklığından faydalanırlar. Bu, inceleyeceğimiz ikinci kırıcı olan Andy Warhol için de geçerlidir.

II. – Kırıcı Warhol (1928-1987)

Neredeyse gizli tutulan Duchamp'ın eserine ulaşmak zordur ve zamanının toplumuyla arasındaki ilişkiyi, orada bir iletişim rejiminin genel prensiplerini bulmak için bir çözümlemeyi gerekli kılacak kadar donuklaştırır, buna karşılık, Warhol'un eseri öyle göz önünde ve ticari tanıtımın işleyiş biçimiyle öylesine alenen iç içedir ki, kendi çağdaşlığının değerlendirilmesini baştan aşağı güçleştirir.

1. Düzmece modern, gerçek çağdaş. – Gerçekten de, genel olarak özneye yüklenen terimler, modern tüketim toplumunu niteleyen terimlerdir: Üretim aygıtı, reklam sistemi, tüketim aygıtı. Dizileri, tüketim ürünlerinin aynı şe-

13) Goldin ve Kushner'e göre, Conceptual Art as Opera, *Art News*, Nisan 1970: "Kavramsal sanatın desteklenmesi muhtemelen sanatın biçimsel görünümüne ilişkin değil, anlamına ilişkin bir tepkidir... Burada sanatın, kendi anlamını neyin oluşturduğunu ve fikirleri nasıl benimsediğini kendi kendimize henüz sormaya başladık."

kilde tekrarları gerçek bir konsorsiyum olarak tasarlanan girişimcinin (factory[14]), reklam sloganları biçiminde onlara eşlik eden açıklamalardır: tüm bunlar, bu tüketim toplumunun eleştirel ve bilinçli bir sözcü olduğunu göstermiş gibidir. Sanat, ürün piyasasının kurallarını kendine örnek alır ve sanat da diğerleri gibi bu piyasanın bir ürünüdür.

Tersini söylemeden önce, Warhol'un görülmemiş bir biçimde doğruladığı bu saptama, eleştirmenlere güçlük çıkarıyordu. Eğer Warhol bir "sanatçı" ise –bu biçimde tanımlanmayabilir– bu, onun eserinin iki yönlülüğünden kaynaklanır. Bir yandan, piyasa sistemine yerleşir, diğer yandan bu sistemi açıkça göstererek eleştirir – Warhol sorunları ortaya atar ve modern sanat yorumcularını rahatsız eden şeyden de uzak durmaz. Estetik yargı: Warhol'un yeteneğinin doğru bir bakışı vardır (Greenberg'in dediği gibi, o, gerçek bir yeteneğe sahiptir) ve ahlaki bir değerlendirme aracılığıyla yeniden keşfedilmiştir: Warhol bu durumdan bahsetmek ister: "Warhol, 1949 yılında New York'a varır varmaz, yumurtlama dönemindeki bir somon balığı inadıyla şöhretin peşine düşer..."[15]

A) *Kapalı eleştiri.* – Bu ahlaki yargıdan ve yol açtığı karışıklıktan kaçınmak için, eleştirmenlerin hoşnutsuzluklarını

14) 1962 yılında Warhol New York'ta Doğu 47. Cadde No. 321'deki bir tavanarasında kendi atölyesini kurar. "Bu onun dünyasıdır, kâğıt paralarla kaplı duvarların ve ünlü toplulukların, süper snopların ve uyumsuzların dünyasıdır. .." (Sandler, *a.g.e.*, s. 189) Daha sonra atölyesini Broadway No. 860'a taşıyacaktır.

15) Calvin Tomkins, aktaran Irving Sandler, *La triomphe de l'art américain, les années soixante*, *a.g.e.*, s. 113.

belirtmeleri gerekir. Bir makineyle özdeşleşen Warhol'un isteğinden, Amerikan yaşamının katılımcı geçersizliğinden, kötü yeteneğinden, bayağı olduğu ilan edilmiş bir geçersizlikten, makineden, aynı dizinin tekrarlandığı diziden, toplumsal boşluk gerçeğini açıklayan, karşı karşıya konınuş iki aynadan bahsedilecektir: "İki ayna karşı karşıya konduğunda, gerçeklik hangisindedir?" Heidegger'in çözümlemesine göre, bu, tekrarla yerleşen ölümün trajik saplantısında, yıkımda ve kurtuluşta, tekniğin ikili yapısındadır. Kısacası, sanatçı, geleneksel imgeyi birleştirmeye çalışır, güç ve paranın ardındaki iş adamlarını ve toplumu eleştirir. Niyetini derinlemesine açıklarken, sanatsal güce sahip olan şey kurtarılır. (Ve böylece, bu, sanatçı Warhol'un sanatı olur.) Bunu yaparken, uygun olduğunu düşündüğü çelişkili bir tavırla bütünleşir. Kısacası misilleme yapar. İkili, bazen de üçlü bir çelişki söz konusudur – üç Warhol vardı... Birincisi eşsiz bir reklam tasarımcısı, ikincisi ünlü bir pop sanatçısı, üçüncüsü de ticari bir girişimci...[16]

Gerçek şu ki, Warhol, popüler sanat tarihine göre, altmışlara (Amerika'nın zafer yılları) ve modern sanata aittir. Fakat Rosenguist'lerle, Lichtenstein'lerle ve Oldenburg'larla aynı döneme aitse, sanatın, özellikle sorunlar dünyasına ve topluma bağımlı olduğunu düşündüğü biçim-

16) Warhol'un çelişkilerini taklit eden eleştirel çelişkiler konusunda bkz. *Artstudio*'da makaleler No. 8, 1988: *Spécial Warhol* ve *Cahiers du Musée national d'Art moderne*'deki makaleler, No. 3, 1990 (Warholiana). Diğerleri arasında, aygıttan bahseden Jean Baudrillard, ikili görünüm tekniğinden bahseden Bruno Paradis, eskimiş ve farklılaşan zevklerden bahseden Bernard Marcadé ve çelişkiden bahseden Démosthènes Davvetas gösterilebilir.

de, ondan ayrılır. Bu düşüncenin uygunluğu bu söylemle ilgilidir ve bu, çağdaş sanatın bir bölümünün ortaya konması gibi, bizi, iletişim toplumunun bir kırıcısı olarak Warhol'u düşünmeye yöneltir. Gerekirse, Jaspers Johns'a hayranlığı ve kavramsal sanatın fikirlerine yakınlığı aracılığıyla, Duchamp'ı referans olarak gösterebiliriz.

Bu düşünce, kendi sorunlarının ahlakı konusunda bir seçim yapmaksızın kendi karmaşıklığı içinde Warhol'un eserine yerleşme olanağı tanır. Ya da tüketim sisteminin, ahlaki kuralları hiçe sayan bir bozulma aracı olarak değil, bir iletişim felsefesinin sonucu olarak, bu tavrın daha da yerleşmesine imkân tanır.

2. Warhol'un sistemi. – O halde, iletişim sisteminde sanat ilkelerine yardım eden noktaları yeniden ele alalım:

A) *Estetiğin terk edilmesi.* – Duchamp gibi, Warhol da estetiği terk eder. Tasarımı bırakır, el becerisinden ve yetenekten vazgeçer ve kendisini sanata adar. Burada alan yetenek, güzel ve özgün sorunlarından ayrılır. Onun ilgilendiği nesneler bayağı, kitsch ve zevksizdir. Bunlar sıradan tüketimin nesneleridir: Coca Cola şişeleri, gazetelerden yeniden düzenlenen resimler. Kısacası çoğaltılmış, *re-made*'ler. Tıpkı Duchamp gibi, söz konusu olan onu daha önce orada gösterebilmektir. Tek ve neredeyse ele geçmez, Duchamp'ın desteğini almış olan *ready made*'i göstermektedir. Warhol aşırı kişiselleşen bir kişiliksizleştirme çelişkisini ve imajların doygunluğunu, dizi içindeki tekrarını karşılaştırır... "Şaşırtıcı olan, insanların, serigrafi tekniğinin kullanılıp

kullanılmadığını, resmin gerçekten bana mı, yoksa bir başkasına mı ait olduğunu asla bilememesidir." Yani bütün resimler ona ait olabilirdi...

Nitekim, Duchamp, mesajın taşınması göreviyle ilgilenmişti: "Bu, sanattır." Yetenek estetiğinden ve beceriden de vazgeçerek, neredeyse sahneden silinerek, kendi çekingenliğini koruyarak, uygulamada ağların kendi bilgisini ortaya koyarak, Warhol, bu son desteği ve iletişim araçlarının etrafındaki alana yerleşmek için, sergi alanı olan bu sanatın son belirtilerini de terk eder. Bir hareket topluluğunda, "sanat" etiketini belirten bir alanın (topos) geçişi, tüm dünyayı meşgul edecektir. Böylece hedeflenen kişiliksizleştirme, aşırı derecedeki tüm destekler üzerinde, "Warhol" adının yerleşmesiyle kişiselleşmeye doğru değişecektir.

Serigrafi ya da fotoğraf tekniği, daha önce bilinen imajların büyümesi, canlı renklerin kullanılması, biçime sadık kalınması, amacın ve eser sahibinin kaybolması, anti-dışavurumculuk: Altmışlı yılların pop sanatçılarının gündelik olanın imgesini aynı yolla işlediği, biçimlerin estetiğinden ve el işçiliğinden koparak bunu yaptıkları doğruysa da, iletişimi yönlendiren diğer kavramları keşfetmemiş ya da tamamına erdirmemişlerdir:[17] aşırı bezeme ve doygunlukla ağ, kendi üzerine kapanan bir büklemle paradoks, öz-bildirgeyle adcı-

17) Oldenburg ve Rosenquist başarı kazanmışsa, Warhol'un etkisinden habersiz olmaları sayesinde mümkün olabilmiştir bu. Gerçekte, hâlâ zihinlerini meşgul eden şey biçimlerin yeri, iletinin içeriği, yaşadıkları devrin sanat tarihinin içinde yer almalarıdır. Warhol, kendi adına, tüm özgünlük ve derinlik kaygılarından kaçınarak, toplumsal üyelik ve çoğaltımdan başka bir şeyden söz etmez. Kendisinden bir üretici-nesne olarak değil, bir görüntüyle bağıntılı bir isim olarak söz eder.

lık, ağ üzerinde göndereni ve alıcısı olmayan işaretlerin dolayımı, ve nihayet iletişim sisteminin uluslararasılaştırılmasıyla totalitarizm.

Çünkü, en iyi Warhol'un kullandığı kural ya da esaslardır onlar.

B) *İletişim ağı.* – Warhol reklam sistemini çok erken kavrar. 1960'ta ticari sanatı bir kenara bıraktığında, "bunun nasıl işlediğini" biliyordur. Bu deneyim başat önemdedir, zira ona kendi imgesini kurma ve onu tanınır kılmak için reklam mekanizmalarını kullanma olanağını verir. (Özetle, Warhol adındaki bir ürünün imalatçısı ve ürünün reklamını yapıp onu satan kişidir.) Bu yolla, hedeflediği dünyayla en dolaysız biçimde bağlantı kurma şansının en fazla olduğu yerden ağa girmek gerektiğini bilir: Leo Castelli'nin galerisi. 1964'te ona dahil olur.

C) *Yineleme.* – İletişim ağının ikinci kuralı yineleme ya da totolojidir. Geleneksel estetiğin gerekirliklerinden biri olarak biricik ve özgün olan eserin tersine, aynı iletiyi mümkün olduğu kadar süratle ve mümkün olduğu kadar çok kere çoğaltmaktır söz konusu olan. Reklam, ona bunun yolunu gösterir. Pop Art sanatçısının işinin göstereceği imgeyi "yapmaktan" değil seçmekten ibaret olduğunu kabul edince, etki yaratacak olan imgeyi seçmek ya da bir imgeyi sansasyonel kılacak olan herhangi bir yolu seçmek gerekecektir.

İlk durumda, basında yayınlanan felaket fotoğrafları bu işi görür. Bunlar *Disasters: Tunafish Disaster* (1963), *Five Death* ya da *Saturday Disaster* dizisidir.

Tunafish Disaster için, Coca Cola şişelerindeki ya da Campbell's çorbalarındaki prensip izlenerek, ton balığı konservesi kutularının resimleri kullanılır, ama bu kutuların birçok kişinin ölümünü hazırladığından kuşkulanılır. Kurbanların fotoğrafları ölümcül kutuların altına yerleştirilmiştir. Rasgele seçilen ve gülümseyen bu resimlerin ve kutudaki ölümlerinin yakınlığı bir şok duygusuna yol açar. Ölüm gazete sayfalarında kol gezer; Warhol'un görünür kıldığı şey, en sıradan görünümleri altındaki gündelik ölümdür.

Bu ölüm teması Warhol'un üretimini belirlese de trajik bir amaçla bağlantılı değildir, ne de geleneksel olarak teşhir edilen ve psikoloji ağırlıklı bir yorumla, herhangi bir zevk yoksunluğuyla ilintilidir. Ağın optiğinde yer aldığı düşünülmelidir: Doyurgan-yineleyen etki, kendi ereğini içinde taşır, takıntılı bir serzeniş gibi tınlar.

İkinci durumda, hiçbir surette sansasyonel olmayan herhangi bir nesne seçilir. Herkes tanımaktadır onu. O kamusal olandır. Adını herkesçe bilinen dizisel nesneyle ilintili kılarak, Warhol da gösterdiği imgeyle tanınır hale gelir. Campbell's çorba kutuları, Coca Cola şişeleri, yıldızlar, Marylin Monroe ya da Liz Taylor gibi bildik idoller ya da 1 dolarlık bir banknot söz konusu olduğunda durum budur. Bu nesneleri sansasyonel kılmak boyutları sayesinde mümkün olur. 100 Marylin 205.5 x 567.5 santimdir, Liz 211'e 564, dolar ise 228'e 177.5 santim boyutlarındadır. Bir başka yol da yinelemedir: 100 Marylin, 112 şişe: *Yeşil Coca-Cola Şişeleri* (1962).

Bunun halk üzerindeki etkisi bir patlamadır ve duvarları korumak, yenilemek ve güçlendirmek gerekir. Nitekim,

iletişimin tekrarı, gereksiz tekrarı kabul etmez. "Campbell's çorba kutusu bir Campbell's çorba kutusu bir Campbell's çorba kutusudur. McDonalds'lar da McDonalds olan McDonalds'lardır. Tokyo'nun en güzel yerinde olan şey Mc Donalds'tır, Stockholm'un en güzel yerinde olan şey Mc Donalds'tır, Floransa'nın en güzel yerinde olan şey Mc Donalds'tır. Pekin ve Moskova'da hiç güzel yer yoktur."

Söylendiği gibi: "Bütün Coca-Cola'lar birbirine benzer. Hepsi de gerçektir. Liz Taylor, başbakan, sokaktaki dilenci ve herkes tarafından bilinir." Ve bu reklam dışında nasıl bilinebilir?

O halde, ağları doygunlaştırmak ve mümkün olan tüm olanakları kullanmak gerekir. Bunun için isminin ve imajlarının iletişim kanalında tüm pozisyonların kapsanması, halkın çalıştığı fabrikada bir araya gelmesi gerekir.

Rock: Warhol, 1965 yılında, "Velvet Underground"u kuruyor. 1966 yılında bir rock grubu kurar. Filmler: *Sleep* (altı saat süren bir film, nitekim zamanda tekrarla doygunlaştırılmıştır), *Chelsea Girls, Dracula*...

2 Haziran 1968 tarihinde maruz kaldığı hakaret gibi, kendisine ilişkin olaylar, görüşmeler, bunların hepsi rock yıldızı ya da sinema yıldızı olarak basında, televizyon ekranlarında ve uluslararası ağ dünyasında yayılır.

"Campbell's çorba kutusu kadar tanınmış olmak!"[18]

D) *Çelişki.* – Çelişki, ağın ilkelerinden, kurallarından biridir. Mesajın yaratıcısı ve kendisi arasındaki bir geri bil-

18) Leo Castelli'nin görüşmesi, *Artstudio*, No. 8.

dirimle ilişkilidir.[19] İletişim sisteminde, isim ve eser birbirine özdeştir. Warhol adı, bir ya da birçok eseri imzalayan bir isim değildir: Bu, çoklu bir girişe sahip, üretim hareketi sonucunda ortaya çıkan bir eserdir. ("Frigidaire" tüm buzdolapları için genel bir isimdir.) Bu amaçla, Warhol'un işareti, ağda bir üretim dizisini gösterir: resimler, filmler, fotoğraflar, sergiler, yazılar. "Yaratıcı Warhol, Warhol ürünlerini dolayıma sokan ağla özdeşleşir."

Bir sinematografik kanalın ürünü olan ve yıldızların kendi varoluşlarının uygulayımlarını belirten yıldızlar gibi, Warhol'un eseri, daha önceki üretim sistemiyle önemli bir ilişki içindedir. Ya da, dilerseniz, kendi kendini sergilediği gibi, Warhol asıl eseri gibi, asıl *star* gibi kendini gösterir (nitekim tanınmayan bir yıldız yoktur... Bilinmeyen yönleri de yok değildir). Görülebilir kişiselliği içinde sanatçı, bir nesne gibi, her türlü kişisellikten uzaktır. O eskimez (hafızalar eskiyen yıldızlardan kurtulur). Kendi başına buyruk olmadan önce, ağa aittir ve benzerleriyle çoğalır.

Çelişki –ve kırıcı Warhol'a özgü geribildirim– aynı zamanda, bir yıldız imgesinin üreticisi olduğu, iletişim kanallarında hareket ettirmeye çalıştığı şeydir. Ve bu çelişkiyi ortaya koyan yıldız, eser olarak sadece diğeridir. Sunduğu nesne – bu kutu, bu şişe ya da bu yıldız, kendi izini taşıyan Warhol'*dur*.[20]

19) Söz konusu olan kendi kendisini referans olarak göstermesidir: Devre içindeki basit varlığından başka bir anlama gelmeksizin mesaj kendi kendine gönderiliyor. "28 harf ten oluşan bu cümle" kendi dışında hiçbir anlama gelmiyor ve sadece bizatihi varlığına yeniden gönderiliyor.

20) "Nesne ismin sadece bir dayanağı ve imzanın zorlayıcı bir yayılmasıdır." (Luc Lang, Trente Warhol valent mieux qu'un, *Artstudio* içinde, No. 8, 1988, s. 42.)

Böylece eşsiz bir sanatçıyı adlandıran isim ve bu isimde değerlenen imza olarak, isim ve imza arasındaki ayrım burada kaybolmuş gibidir.

(Duchamp'ın tersine, bu, gerçek adını saklayan, kendi çekingenliğini, kibarlığını, gizemini de koruyarak saklanan, uzak, benzersiz olandır.)

Çelişkinin bir başka düzeyi: *re-made*'i [yeniden üretimi] ilan eden nesnelliğin oluşturduğu düğüm –beceri yok, kişisel vurgu yok, gösterilen nesnenin dönüşümü yok ve olduğu gibi yeniden üretilirler– ve isim-imzanın aşırı kişiselleşmesi. Zaten bu posterlerin –*pin-up*'lar– iliştirileceği tişörtler, şapkalar, jean'lerde işaretlerinin taşındığı bir yıldızın ismi-imzası gibi ergenlerce[21] tapılırcasına sevilecek olan gösterilen nesneler değil, bu isim-imzadır.

Var olan sanatçılarca genel olarak bir kenara bırakılan, gündelik nesnelerin sunulmasıyla, genç Amerikan halkının yanında Warhol'un başarısını dile getirmekten ibaret olan sosyolojik yorum, aynı sonucu bilmekten öte, aynı konularda çalışan diğer pop sanat sanatçıları ölçüsünde, Warhol etkisinin özgünlüğünden sorumlu değildir. Ayrımın, ağın ve kendi prensiplerinin Warhol aracılığıyla işletilmesine bağlı olduğunu da görmek gerekir.

3. **Ticaret sanatı.** – "Kariyerime ticari bir sanatçı olarak başladım ve bunu sanat tüccarı olarak bitirmek istedim... Sanat taciri ya da ticaretle uğraşan bir sanatçı olmak istiyor-

21) 1965 yılında Philadelphia Çağdaş Sanat Enstitüsü'nde, çılgın bir ergen takımı sergiyi ele geçirdi. Dolayısıyla, tabloları ortadan kaldırmak gerekti.

dum... Para kazanmak sanattır, çalışmak sanattır ve iyi işler yapmak, bu, sanatların en iyisidir."[22]

Warhol'un bu açıklaması üzerine çok şey yazıldı. Bu açıklama kışkırtıcı görünebilir, öyledir de, fakat şüphesiz, genel olarak, o yüklenen anlamlar nedeniyle değil. Dünyadan çok uzakta, çok üstün bir eseri üreten sanatçının ideolojik geleneğindeki yaratıcıya düşen görevdir. Fakat bu açık isteği gördük. Ticaretin ve ticari sanatın reddi, estetiğin terk edilmesiyle kayboldu. Ticari olana karşı görünümüyle avangardlar, yerlerini tamamen kendi üstünlükleri için işin içine girmeye, ünlü ve zengin olmaya kararlı sanatçılara bıraktı. Onların hiçbiri kararlılıklarının sonunda Warhol gibi olmayacaktır. Şüphesiz onun gibi ilerleme üstünlüğüne de sahip olmayacaklardır.

A) *Bir girişimci: üretici.* – "Ticaret dünyasında, bu, hesap edilen büyüklük değil, olması istenen büyüklüktür."

Ünlü ve zengin olmak, istenen miktara ulaşmak için, sık sık ünlülerle görüşmek, hatta onları öne çıkarmak, hayatın merkezinde olmak gerekir. Üretici (factory[23]) olan ve Warhol'un istediği şeyin büyüklüğü de budur. 1963 yılından 1965 yılına kadar benzer bir düşünce hâkimdi: bütün altkültür biçimleri, karşı kültür, pop, süperstarlar ve üretici (factory) tarafından üretilen yıldızlar. 1968 yılında maruz kaldığı hakaretten önce, Warhol, halk arasında yayılmış ve üretici bir unsur haline gelmişti. Böylece önerisinin ikinci

22) *The philosophy of Andy Warhol, a.g.e.*, s. 92.

23) Irving Sandler, *Le triomphe de l'art américain*, 4. bölüm, "L'artiste homme du monde."

bölümü de gerçekleşebilir: ticaretle uğraşan bir sanatçı olmak.

Hatırlanacağı gibi, Duchamp için sanat, amaçsal bir içeriğe sahip değildi. Sadece eserin sunulduğu yere göre var oluyordu ve eser, daha önce var olan ve üretilen, önemsiz, basit bir nesneydi. Sanatçının müdahalesi, ilk yer değişiminde onu göstermekten ve ikincisinde ona biraz olsun arka çıkarak onu anlamlandırmaktan ibaretti.

Warhol, bu deyimsel tanımında, üç boyutlu yapısında değil, motifi şiirselleştiren ya da yer değiştiren bölümünün müdahalesi olmaksızın, yeniden üretilen (serigrafi, fotoğraflar) alışılmış nesneler gibi onu da sergileyecektir. Böylece, çalışmasını tanımlayan tek davranış, bu sergiyi sunmaktan, neredeyse hep göz önünde olanı kaçınılmaz bir biçimde yansıtmaktan ibarettir.

Oysa, bu sergileme, ilerlemeyi önlemesi gereken bir iletişim ağı dışında düşünülemez ve bu süreç de kendi kendine ticaret alanı "sanatı"na aittir.

B) *Bir tanım: sanat ticarettir.* – İşte, böylece, ticaret dünyası tarafından tanımlanan ve yerleşen sanat. Bu, her zaman, oyunun inandırıcı reklamını yansıtmaktan, müşteriye bağlı olmaktan, ona önerilen şeyin değerini oluşturmaktan ibaret olan ilerleme alanıdır. Yanılsama oyunu ya da gerçekten nesne olması istenen şeydir. Böylece, sanat, inandırıcı bir yanılsama, yani saygınlık kazanan ve bu saygınlıktan beslenen inandırıcı bir yanılsamadır. Harfi harfine hesap edilen ilk formülü oluşturalım, yani: "Bu düşünülen nesnenin değeri değil, olmasını istediğiniz değerdir." Sanat nesnesi, sadece

tekrarladığı herhangi bir nesneden farklı değildir. Fakat, hâlâ, değerin açıklanmasının ve yayılmasının kurallarını sürdürür.

Bu sırada, sanatçı bu yaygınlaşma sırasında en önde olan şeydir. O "ticaretin sanatçısıdır." Nitekim, ticaret sanattır ve esasında sanat ticari bir sorundur.

Ticaret, girişimciler tarafından kendiliğinden kazanılan rollerle, birçok birimi ve girişim büyüklüğüyle, ürünün her yerde aynı anda oluşuyla (uluslararasıcılık), kendi kendinin alameti farikası olan isim tarafından güvence altına alınmıştı. Bunlar, inandırıcılığı yansıtan, diğer bir deyişle, bir yanılsama gerçekliğinde, gerçekliğin yanılsamasını dönüştüren unsurlardır.

4. Dönüştürücü Warhol. – Bir yanılsamayı inandırıcı bir şekilde yansıtmak, ilkçağlardan bu yana sanatın olgusu mudur? Ama bunun araştırılması, aynı nesnelere aynı şekilde uygulanmıyor. Görünürlüğün oluşumun ya da aydınlanmanın gelişimi olarak doğanın gelişimini ya da doğanın nesnelerini taklit etmek, dışarıdan dayatılan bir kadere cevap verecek durumda sanatçıyı ortaya çıkarır. Şu anda söz konusu olan yanıltıcı girişimcinin kendi kendini yöneterek ve zorunlu kılarak bu kaderi oluşturmasıdır.

Ticaret olarak sanatın ve sanat ticaretinin üstadı olarak sanatçının tanımlanması, Duchamp'ın önerilerindeki en son öneridir. Bu tanım, sanatın, estetikle birlikte, hâlâ görülecek herhangi bir şeye sahip olduğu için, onun gözünde ahlaki değerlerini hiçe saymış gibidir: yetenek, güzellik, biriciklik. Gerçekten, sadece minimalizmin, kavramsal sanatın ve Pop

Art'ın önerileri, Warhol'un Sistemi'yle tutarlı değildir. İletişim prensiplerine dayandırılan çağdaş sanatın çekiciliğinin tam olarak yerleştiği temel bir adlanıştan kurtulmanın taşıyıcısıdır.

Andy Warhol'un önerdiği yol şöyledir: Ticari sanatçı statüsünden ticaretin sanatçısı statüsüne geçmek artık bitti. Geçerli olan, ağlarda dolaşan işaretler sistemi olarak –anlamlılık ve öznellik dışında– çağdaş sanat, kendi kendini ifade eder. Bu, kesin ve hemen hemen dayanılmaz bir tanımdır.

Bu iki kırıcıyı, Duchamp ile Warhol'u, dönüşümün üçüncü unsuruyla birleştirmek yerinde olur: Ticaretin etkeni, Leo Castelli.

III. – Leo Castelli

Raymonde Moulin'in[24] adlandırdığı gibi, uluslararası piyasanın simgesel figürü olarak galerici-satıcı Leo Castelli, Warhol gibi, iletişim ağlarından yayılacak dağınık bir topluluk gibidir. Altmışlı yıllarda diğer galericiler için lider rolü oynar, doğrudan yeniden tanıtılan sanatçıların ortaya çıkmasında etkindir, minimalizm, kavramsal sanat ve Pop Art sanatçılarını ortaya çıkarır.

Onun koruduğu sanatçılar Rauschenberg, Jaspers Johns, Stella, Warhol, Lichtenstein'dır. Galerisinin başarısı, aşağıdaki prensipleri uygulamasından kaynaklanır.

24) R. Moulin, Le marché et le musée, la constitution des valeurs artistiques contemporaines, *Revue française de Sociologie*, XXVII-3, 1986.

A) *Bilgi.* – Bu, başarının köşetaşıdır. Sadece Amerika'da değil, Avrupa'da da, sanat alanında gerçekleşen şeyden haberdar olarak hareket etmektir. Castelli altı dil biliyordu ve Avrupa müzeleriyle, Kanada'nın ve Amerika Birleşik Devletleri'nin koleksiyoncuları ve satıcılarıyla iyi ilişkilere sahipti. Bu ilişkiler, sadece rekabet (tüketim sisteminin kurallarından biri olan) yerine uzlaşmanın söz konusu olmasıyla mümkündür. Dolayısıyla kendisi ve yardımcıları, atölyeleri araştırmaya başlarlar.[25]

Örneğin, Ivan Karp, onu, New York "*underground*"unda yaşananlardan haberdar ederdi. Böylece, Warhol'un çalışmaları hakkında bilgi edinirdi. İlkinde atölyedeki ziyaret ona inandırıcıgörünmüyordu. Çünkü bu çalışma, Lichtenstein'ın yaptıklarına çok benziyordu. Fakat Warhol'un Stable Gallery'de 1962 yılında katıldığı sergi onun gözlerini açtı: Ölümüne kadar kayıtsız şartsız Warhol'un galericisi olacaktı.

Bilgi sahibi olmak, bu sanatçılar üzerine düşünmektir. Fakat bir yandan da, muhtemel tüm alıcıları belgelemek ve belgeleri bulmak gerekir: kataloglar ve basın dosyaları gazetecilere dağıtılıyordu. Kataloglar gittikçe lüks olmaya başladı.

B) *Uzlaşı.* – Bununla birlikte, bu bilgiler, hesapta meşgul olmak için, sadece galericiler arasında anlaşmayı değil, aynı zamanda birtakım uzlaşmaları da gerektirmektedir. Sanat eleştirmenleri, büyük müze müdürleri, sanat medyası eserlerin ve akımların geçerliliğinin bağlı olduğu bir ortamdı.

25) *Claude Berri rencontre Leo Castelli,* (yay. haz.) Ann Hindry, Renn, 1991.

Yeni bir sanatçıyı ortaya çıkarmak için bu uzlaşıyı sağlayabilmek önemlidir. Bütün hazırlık çalışması bunun için gereklidir. Rauschenberg'in 1964 Venedik Bienali'ndeki başarısı, Avrupa'daki birçok sergiye öncülük etmiştir. Fakat Amerikan sanatındaki önemi bilindiğinden, büyük bir özenle seçilen Castelli galerisinin sürekli müşterilerinin biçimlendirdiği dostluk desteğinden de faydalanıldı. Richard Bellamy ve David Whitney, muhafazakâr Alan Solomon, sanat eleştirmeni Barbara Rose, koleksiyoncu R. ve E. Scull gibi.

Uzlaşı, böylece, Castelli'nin bahsettiği gerçek bir ağa, medyatik ve evrensel ilişkilere dayanıyordu. Galerisini bir *kulüp* olarak adlandırıyordu.

C) *Büklem.* – Sanatçının başarısı pekiştiğinde Castelli'nin de itibarı artıyordu. Yani kendi inandırıcılığı üzerinde düşünmeye başlıyordu: "Castelli, Art Nouveau'nun büyük bir satıcısıydı ve nitekim bir uzlaşıyla desteklenen sanatçıların önemli bir bütününü ifade ediyordu." O halde, ünü, uzun bir çaba sonucunda oluşan bu uzlaşıya dayanıyor ve bir sanatçıyı tanıttığında oluşuyordu. Uzlaşı ise daha önce ona saygınlığını kazandırdı. (Bu, Warhol'un neden Castelli'ye katılmak istediğini de açıklar.) Böylece, uzlaşıya varmak isteyen sanatçıların tanıtılması, karşılıklı olarak onu güvence altına alan Castelli adının teminatıdır. Jasper Johns'un, Lichtenstein'ın, Stella'nın, Rauschenberg'ın ve Warhol'un başarıları, Castelli adında birleşir ve Leo Castelli bir etiket, bir marka haline gelir. Leo Castelli Campells'ın çorbası değilse de, bunu tüm dünyaya satan kişidir.

D) *Uluslararasıcılık.* – "Her zaman, sanatçıların evrensel bir üne ihtiyaç duyduklarını düşündüm." Leo Castelli'nin bu sözleri, iletişim alanındaki olaylardan birini iyi bir biçimde açıklıyor. Bir ağ, etkili olmak için uygulamada evrensel olmalı ve yayılmalıdır. AmerikaBirleşik Devletleri'nde Amerikan sanatını tanıtmak için yurtdışıyla bağlantıda olmak gereklidir. Reklamcının gücü, Atlantik ötesi satıcılara ve galericilere dayanır. Birbirlerine bağlı galeriler ağı –bunlar komisyonların oy eşitliğini öngörerek, ticari anlaşmaları tamamlar– iki kıtayı kaplar.

Bunlar kendi sanatçılarını tanıtacak olan Avrupa'nın, Kanada'nın ve Amerika Birleşik Devletleri'nin galerileridir. Satılan bu eserlerin yüzde yetmişini satan kendi aracılarıdır.

Paris'te Illeana Sonnabend, daha sonra Daniel Templon ve Yvon Lambert. Almanya'da Paul Maenz. Londra'da Paul Mayor. Margo Leavin, Jim Corcoran ve Los Angeles'ta Dan Weinberg.

Birbirlerine bağlı olan bu galeriler Castelli'ye güven veriyordu. Bunlar, artan ünlerine açıklanması gereken bir saygınlık sağlıyordu. "Onlar sahip olduğum en iyi sanatçıları bulmayı ve bana getirmeyi düşünüyorlar... Diğer galerilerle sanatçıları paylaşmaya da başladım."[26]

Kurala göre, bir ağda hareket eden bütün haber ilk olarak ve her şeyden önce bir bilgidir. Yani bir gerçeklik, bu bilginin uygun olduğu hangi sanatsal yanılsamayı ya da hangi gerçekliği kaygılandırır.

26) A.g.e., s. 69.

Böylece Leo Castelli'nin ağların uyarısını aldı: Orada tek olduğunu bilmiyordu, her şeyin birbirini doğrulaması ve yeniden bir araya gelmesi gerekiyordu. *Evrensel ağlar* (her yerde görünmek ve tüm olayların içinde olmak) *medyatik ağlar* kadar önemlidir. (Onların ifadesi önemlidir.) Kısacası bunlar *ticari ağlardır*.

Burada, Leo Castelli'yi çağdaş sanat kırıcılarından biri olarak sunmak, hepsinin zamanın Castellisi olmaya can attığının altını çiziyor. Aynı zamanda, hepsinin ulaştığı başarının devam etmesini anlamayan çağdaş galericiler için, bu modelin öneminin altını çiziyor. Bu, savunucunun fazlasıyla tutkulu olduğu Amerikan sanatının etkisini ve önemini anlatır. Bu, sanatçılarını ilerleterek, çağdaş sayfaların yazılmasına yardımcı olarak, sanat tarihinde devam eden isteğin kesin bir estetik yargı ve yetenek olmaktansa iletişim ölçüsünde bir sistemin kullanılmasıyla kabul edilmediğine şaşırmaktır – "Büyük bir müzede yönetici olmayı tercih ediyordum, fakat çok da özgür olmadığımı fark ettim; yaptığım iş ve ona verdiğim biçim, tüm çılgınlıkları yapınama imkân verdi."[27]

27) A.g.e.

II. Bölüm

GÜNCELLİK

Kırıcıların yönergelerden değilse bile, yöneticilikten, parolalardan kaynaklanan geleneksel estetik değerlere karşı yeni bir oyuna başlayan estetik faaliyet alanını nasıl altüst ettiklerini gördük. Fakat, bu alan, çağdaş sanatın –eserlerin ve sanatçıların– bu belirlemelerde hiçbir değişiklik yapmadan benzediği inancın gerçekdışılığı ve naifliğidir. Sanat alanında güncel olan çeşitli unsurların büyük bir karışıklığı olacaktır; çağdaş olarak adlandırdığımız sanatın ve modern sanatın değerleri, açıkça bir çatışma olmaksızın, birbirlerine yaklaşmaktadır. Ve her zaman dönüşüm içinde çok çabuk etki altında kalan, değişken, karmaşık düzenler oluşturarak, kendi formüllerini değiştirirler. "Elle" çalışan ve estetik kriterlere güvenen kişi, bu sırada da kırıcıların "konularının" farkına varır ve Warhol biçiminde iletişim ağlarına yerleşir. "Duchampcı" bir çalışmaya fazlasıyla hazır olan diğeri, halk arasında eseriyle iletişim kurma şeklinde geleneksel kalır. Kısacası, bu, kırıcıların önerilerinin fragmanlar aracılığıy-

la kullanılmasıdır. Sanat "profesyonelleri" için de, bu böyledir: çok az galericinin ya da muhafazakârın –tarihçilerden ya da sanat eleştirmenlerinden bahsetmeksizin– çok az üstün olan yeteneğinde, sanatın sanatçı karakterinden, eserin evrensel düzeyinden ya da çalışmasının tamamıyla estetik niteliğinden kaynaklandığını söyleyeceksiniz. Tersine, mahrem bir kanıtlamayla bunun burada bir pazar kaynağı olmasına karşın, genel kanıyı şaşkınlığa düşürmemek için sanatçı imajının yüceltilmesi söylemini geliştirirler. Sanatçılara gelince, Duchampcı konuları yeniden ele alıyorlar, önerileri sanatı ve sanatçıları değerlendiren bir doğal çevrede dolaşıp duruyor ve değerlerin karşısında aynı ironik ilgisizliği göstermekten çok uzaklar.

Gerçekte, uzun bir tarih diliminde kurulan bir sanat imgesi ya da fikrine yönelik belli bir ısrar ve bağlılık var; bunun yarattığı saygınlık, yeni prodüksiyonların etkisiyle yok olup gitmek şöyle dursun, tersine, yitip gidecek olmalarının yarattığı korkuyla daha da artıyor.

I. – Sanatın güncelliği ya da postmodernliği

Geleneksellliğin ve yeniliğin, sahneye konulan çağdaş biçimlerinin ve geçmişe bakışın bu karışıklığı, *postmodern* olarak adlandırmanın uygun olduğu belirtiliyor.

Öyleyse, *güncel* sanatın *çağdaş* sanatı belirlemesi gereklidir. *Güncel* olan, eğilim farkından ya da aidiyet, etiket açıklamalarından kaygılanmaksızın, şimdilik bu alanda bir yere sahip olan uygulamaların bütünüdür. Gerçekten de, ona

yüklediğimiz anlamda *postmodern*, "çağdaş" olarak –bütünsel olarak estetik bir kaygı taşımaksızın iletişimsizliğe doğru giden– fakat basitçe *güncel* olarak tanımlanmayabilir. Kavram tam olarak belirlenen biçimsel bir içeriğe karşın, şu anda ağla ilgili bir dönüşüm içindeki ve denenen sanatsal biçimlerden hareketle sanatın tarihsel geleneğine yeniden katılma kaygısı ve bir araya geldiği durumun anlaşmazlığını ya da karışıklığını ifade eder. Öyleyse, bu, yeni bir mesajın taşıyıcıları olarak eser üreticilerini avantajlı bir şekilde yerleştiren ve ona hangi tarafta kullanılmaya başlayacağını bilmeyen sanat tarihçilerini ya da eleştirmenlerini kaygılandıran ya da şaşırtan karma bir formüldür.

Öncelikle, Bauhaus'un bir "anti" olarak "post" kavramı, modern sanat tartışmasında mimarların kullandıkları kavramın kökeni akla gelebilir. Bunlar, bir ilerlemeyi, bir zamansal süreci ifade eden iki edattır.

Gerçekten de, mimarlar, kendilerini, işlevselciliği tartışarak süslemecilik, karşıt anlamlılık içinde, kendi biçimlerine başvurmaya ve, bununla birlikte, kendilerini modernizmin sonradan kazanılmış tekniklerinden vazgeçmeksizin alıntılarla hareket etmeye verdiler. "Post" kavramı, aynı zamanda bir "anti" bir "seçme"dir. Yani geçmişin bazı mimari biçimlerine göre düzenlenen bir dönüştür. Burada birleşik, karma bir düşüncedir. Devamında, kavram, bir biçimler tarihinin geleneksel olarak çizgisel ilerleyişini belirtebilir. Kısacası, bu, bir gelişim tarihinde yer almanın reddidir. Bu anlatıların zamanı geçmiştir. Destansı anlatımlar, her zamanki gibi, az bir dikkatle ayrıntıların incelenmesi önünde pes etmiştir. Böylece, hareket, sadece plastik sanatları

değil, aynı zamanda edebi üretim, sosyoloji ve tarih gibi diğer çalışma alanlarını da etkiler.[1]

Eleştirilen, tanımlanan ve yeniden tanımlanan, reddedilen ya da yanlış biçimde kullanılan "*postmodern*" kavramı, sanatsal güncelliğin önünde sanat tarihçisinin, kuramcısının ve eleştirmeninin içinde bulunduğu kararsızlığı açıkça gösterir.

Kavramın temel belirsizliğinde bize bıraktığı durum, ilginç bir biçimde tarihçiyi, kendi alanında eleştirel biçimden uzaklaştırmaya, yani sadece eleştirel ve tarihsel yöntem konusunda değil, aynı zamanda sanatın kendisinin dayandığı nesne, ilerlemesi ve ona ilişkin yorumda tarihin oynadığı rol konusunda sorgulamaya yönlendirir.

Böylece, birçok kuramcı, güncel sanatı sunan şeyi dayanak noktası kabul ederek, gelişim, etki, yönelim, yaratıcının iradesi ve özgünlüğü gibi kutsal mı kutsal kavramları tehlikeye atar.

Gerçekten de, sanatçıların bir bölümü –Duchamp'ın devamında son yılların toplumsal ve felsefi eleştirisiyle birlikte– bir özne olarak, eserin yaratıcısını reddediyor ve adını açıklamama tercihine kadar giden etkisizliğini dile getiriyorlar. Her zaman ideolojik bir "çizgi"ye girmeyi reddediyor ve bunların sanatı sanat olarak tanımlayan alanlar olmasına karşın –Duchamp'ın uyarısına göre– eserlerin üretildiği kurumsal alanlara dikkat çekiyorlar.

1) Bkz. J.-F. Lyotard, *La conditionpostmoderne, rapport sur le savoir*, Ed. de Minuit, 1979; *La postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, 1986; Henri Meschonnic, *Modernité, modernité*, *a.g.e.*

Tüm bu kavramların önhazırlığı, üzerine kurulduğu ve ona artık var olmayan seçenek parçaları sunan eleştiriyi etkili bir şekilde altüst ediyor.

Mikael Baxandall'ın,[2] Hans Belting'in,[3] Sveltana Alpers'in[4] eserleri gibi, son olarak bulunan birçok eser, sanatsal eylem kavramını eleştirel bir biçimde sorguluyor; eser projesi ve onun gerçekleşmesi bir sisteme ait değil midir? Kaledeki köprü gibi, teknik bir eserin üretiminden sorumlu olan şey, başarılı belirlenimlerin, akılcı çatışmaların, çoklu sonların sonunda bir çözümlemeye elverişli değil midir? Böyle olsaydı, bütün haklara sahip olan yaratıcı, özgür eserin yaratıcısı kavramı ne olacaktı? Ayrıca, kararın üç başlı şemasının eleştirisinin siyasal ve sosyal faaliyetler alanında uzun zamandan beri[5] yapıldığına ve sanatsal yaratıcılık sürecine değinmek için sanatın güncelleşmesini beklemek gerektiğine dikkat çekiliyor.

Aynı şekilde, etkilerin dolaylı yoluyla takıntısız gösterişlerini gözler önüne seren kendi kronolojisi ve devamlılığı içinde, tarih, güncel sanatın durumunun bilincine varıldığında karıştı. Dahası, çağdaş sanat dikkatle inceleniyor. Sayısız kopuş, bir önceki katınana yeniden bağlanması olanaksız derin yarıklar var. Bununla birlikte, anlatım "paketleri"ni yalıtma olanağı sosyo-politik çevrelerle bağlantılı.

2) M. Baxandall, *Formes de l'intention*, J. Chambon, 1991.

3) Hans Belting, *L'histoire de l'art est-elle finie?*, J. Chambon, 1991.

4) S. Alpers, *Rembrandt, la liberté, la peinture et l'argent*, Gallimard, 1991.

5) Bkz. *Critique de la décision* L. Sfez, Presses de la Fondation nationale des Sciences politiques, 2. baskı, 1981, ve *La décision*, PUF, "Que sais-je?" 1984.

Diğer bir deyişle, bir sorunun bütünüyle şartlandırılmış ayrımlarını öğrenmek de mümkün. Geçmişte bir problemin verilerinin yerine getirilmesiyle, ilkinden bağımsız başka bir problemler dizisi başlıyordu: kurallar değişiyor, kavramlar yeniden sorunsallaşıp, kuramsallaşıyordu. Bunlar güncel sanatla birlikte ortaya çıkmaktadır: tutarlı bir tarihçi için söz konusu olan, geçmişin kurallarına dayanmaksızın bu çoğulculuğu kuramsallaştıran yeni verileri yorumlamaktır. İdeal bir anlatıma doğru ilerlemenin ya da oluşumların, değişimini tamamlamış gerçek kavramların postmodern güncelliğini zamanında edinme hakkı yoktur. Sosyal bilimler alanında eskiden eleştirilen özne kavramı, bir sorunsal haline geliyor; ayrıca Wittgenstein'dan sonra üzerinde düşünülen amaç kavramı ve basit bir başlangıç olarak analitik felsefe: gizli bir içeriğe sahip olmayan bir dil önerisi. Amaç ve gerçekleşme tek ve aynı şeydir. Gerçekleşmenin başarılı durumları önceden tamamlanmış bir süreç biçiminde tasarlanabilen bir yönün ya da amacın tanıklarıdır. Kabul edilen düşüncenin tersine amaç, sadece, *a posteriori* olarak ayırt edilebilir.

II. – Güncel sanatın farklı durumları arasındaki ayrım

O halde, evrensel edebiyat ve sanatsal güncelliğin adlandırdığı *postmodern* kavramını bir kenara bırakarak, şu anda kendimizi birbirine karşıt durumlar dizisinden ya da "paketler"den, sanatsal güncellikten yalıtmaya çalıştık. Kırıcılar

için yaptığımız gibi, temsile dayalı bir iki örnekle, bu farklı dizileri açıklayan bütün sanatçılar arasında olmayı burada öneriyoruz. Gerçekten de, ne eksikliğin, ne de benzersiz ilerleyiş karmaşıklığının tarihsel olarak devam etmesi söz konusudur. Fakat, durumlardan, yapılardan kurtulması olanaklıdır.

Bunu üçe ayıracağız: İlki, Duchamp aracılığıyla yeniden ele alınan konularla ilgilidir. İkincisi, bu konulara karşı tepkili hareketleri yeniden gruplandırır. Üçüncüsü ise yeni iletişim teknolojileri üzerinde durmaktadır.

1. – Kırıcıların ardından: kavramsal, minimal, "land art"

A) *Kavramsal sanat.* – Estetik ve sanatsal faaliyet arasındaki ayrım benimsendi. Sanat alanında etkin olmak, bu "sanat" olarak nesnenin belirtilmesidir. Böylece bu etkinlik eseri var eder. Bunun orada ya da burada, öyle ya da böyle bir dayanak üzerinde yeni yapılmış ya da önceden hazır olması çok önemli değildir. Burada Duchampcı öneriler söz konusudur ve bunlar bu konuda bir çalışma yönünde ilerler: burada adlandırma –yani dil üzerine– ve sergileme konusunda bir araştırmadan ayrılmak olanaklıdır – nitekim belirtmek göstermektir. Bunlar söz konusu olan eserin müdahale alanlarıdır.

B) *Dil üzerine çalışma.* – Bu, Duchamp'da sık görüldüğü gibi, bir nesneyi ve onun adını vurgulayan, onun bildik kullanımını ıskartaya çıkaran ve böylece ayrım koyan bir oyun

değildir artık. Bunlar kendi kendisinin nesnesi olan başlık-suretleridir, var olan önerilerdir. Böylece, *Joseph Kosuth*'un *totoloji*[6] olarak adlandırdığı şey, kavramsal sanatın desteğiyle oluşur.[7]

Çiftleme ve tekrarlama olarak *totoloji*, retoriğin çok iyi bilinen bir biçimidir ve gündelik dilde çok az yol gösterici olmuştur: aynı şeyi iki defa söylemek "pleonazm" olarak adlandırılan "söz uzatımı"na çok yaklaşır. Bununla birlikte, totoloji, mantıkla ve analitik felsefenin açıklamalarıyla ilgilenir. Gerçekten, örneğin "ben kimim ben" derken, tekrarlama tanımlamayla ilgilidir: cümlenin ikinci öğesine gönderme yapan, cümlenin kendisidir. İletilen bilgi, okuyucunun yoğunluğu olarak yorumlanır. Kavramsal sanat için eser, böylesi yoğun görünerek kendi kendini doğrular. Böyle yaparak, herhangi bir dışarıdalığın tüm betimlemesinden vazgeçer. Eser, olduğunu söylediği şeydir. Böylece, kendi özerkliği benzersiz bir şekilde, kendi içinde sona erer.

Böyle bir düzende, resimsel beceri geçerliliğini yitirir ve yaratıcı olarak sanatçı gölgede kalır. Kosuth'un *Five Words in Orange Neon* adlı yapıtı, turuncu neon harflerle yazılan bir açıklamadan meydana geliyordu. Bu, açıklamanın ifade ettiği şeyin, turuncu neondaki beş sözcüğün kendisiyle ilgili

6) Totoloji: Aynı içeriği aynı anlamda türlü sözcüklerle anlatma, gereksiz ve boş yere tekrar. (ç.n.)

7) J. Kosuth, Art after Philosophy, *L'art conceptuel, une perspective* içinde, Musée d'Art moderne de la ville de Paris, 1990. Ayrıca bkz. C. Millet, *Le montant de la rançon*; C. Francblin, L'art conceptuel entre les actes, *Art Press* içinde, No. 139, Eylül 1989; ve Louis Cummins, L'art conceptuel peut-il guérir de la philosophie? *Parachute* içinde, No. 61, 1991.

olduğunu belirtir. Bu eserin, kendisiyle ilgili bir açıklama olduğunu, kendisiyle ilgili olduğunu söyler.

Fakat, eğer sanatçı aracılığıyla yayılan bir öneri söz konusu olabiliyorsa, kullanılabilir metinlerin tamamında, orada ya da burada seçilip alınan hazır mesajlarda söz konusu olabilir: basın özetleri, sözleşmeler, açık notlar. Bu, *J. Kosuth*'un adlandırdığı gibi "belgeleme"dir. Suç belgeleri.

Örneğin satış sertifikaları sadece eserin meşruluğunu sağlamaz, aynı zamanda sergilenmiş olan eserin kendi kendine özünü de oluşturur. *Lawrence Weiner*, *Ian Burn*, *Ian Wilson*, *Carl Andre*, *Nauman*, *Venet* de "belgeleme"yi uygulamaktadır. Kosuth'a gelince, o, anlaşma sırasında alıcıya verilecek olan özetin, aynı eserin özetinin –bu bir anlaşmadır– sergilenen esere eşlik etmesiyle totolojiyi kullanır.

Sanatçı-yaratıcı ressamın etkinliğinin azalması, önerinin içeriğinin kaybolmaya başlamasıyla kendi kendini yineler: o, genel ya da eleştirel bakımdan üretilecek bir mesaj olarak okunmayacak, tüm haklara sahip bir eser, kendi kimliğini doğrulayan basit bir veri olarak değerlendirilecektir.

Adların kısır denebilecek bu oyunu, sanatçının ve yorumcunun imge işçiliğiyle ilgili hayli radikal bir eleştiriyi harekete geçirir. Eserin üzerine yapılan yorumlarla olan bağlantısını sorgulamaya çağırır, bilhassa da ortaya konan önerinin basit bir addan başka bir şey olmadığı durumlarda: eser sahibinin ya da önemli bir ressamın. Ya da hâlâ bilinen kişi adlarının tiplendirilmesiyle açıklandığı Gérard Collin-Thiébaut'nunki gibi "karakter portreleri" dizisidir. Burada, eser, sanat eserinin açıklanması için alameti tarafından destekleniyor. Eserin ünlü paradigmalarla uyuşmasına ve kendi

öncellerinin çizgisinde bir belirti gösteren unsurun da yerleşmesine karşı referans yeterlidir.[8]

C) *Alanlar üzerine çalışma.* – Kavramsal durumdan hareket eden araştırmanın ikinci yönü *kuşatılan alanlar*a dayanır. Eğer bu söylem eseri oluşturuyorsa, bunun kendi üzerine düşünmeye adadığı alan, söylemin temel bileşenidir. Bunun üzerine çalışmak, kendi içeriği üzerine değil, kendi doğrulaması üzerine, sanat eseri olarak bir eserin kimlikleşmesine yol açan hareket için gereklidir. Bu, örneğin, *Buren*'in[9] çalışmalarında olduğu için, göz önünde bulundurulması gerekli olan bu anlamın içindedir. Burada hâlâ söz konusu olan, alanlar üzerindeki müdahalenin görünmezliğinin araştırılmasına paralel olarak eser sahibinin kaybolmaya başlamasıdır. Bilinçli olarak etkisiz bir kuruluşta eşsiz olan dikey şeritler, yerini birçok defa rengârenk ya da tamamen beyaz olarak üretilen dokumalara bırakır. Yani, eser, özel bir niteliği olmaksızın, yalın bir görünüş, bir alan olarak hareket edebilir.

"Beyaz bir resmin kendisi de beyaz ve renkli şeritler tarafından sarılmış beyaz bir şeridini keşfetmek, beni üzerinde sunuldukları duvar ve dolaysız biçimde bu duvarın içinde bulunduğu yer, sahibinin kim olduğu, bu yeri görmeye kimin geleceği ve bu duvarı nasıl göreceğiyle ilgili sorular sormaya itiyor."[10]

8) Catherine Bédard, Gérard Collin-Thiébaut, *Parachute* içinde, No. 61, 1991.

9) Bkz. Daniel Buren, Michel Parmentier, *Propos délibérés*, Brüksel, Art Edition, 1991.

10) A.g.e., s. 86.

Sergi alanları, müzeler ve galeriler üzerindeki müdahale, gerçekten de, önce kurumsallaşma karşıtı olan, fakat daha sonra bir kurumla bir araya gelmesi gereken sosyo-ekonomik eleştiri için geçerlidir – onu içine almak için eleştiriyi zapteden hep kurumun kendisidir. Kavramsal sanatın bu eleştirel görünümü ihmal edilecek gibi değildir ve, şüphesiz, aynı konuları paylaşan, fakat aynı açık eleştirel amaca sahip olmayan diğer hareketlere göre tekrar edilebilirliği ve nitelendirilebilirliği yansıtır.

D) *Minimalizm.* – Bu, temsile dayalı içeriğin kaybolması, çok basit olan anlamın görülebilir biçime indirgenmesi, eser yaratıcısının eser üzerindeki izinin belirsizleşmesi durumu Duchampcı bir tavrı yansıtır. Fakat, minimalizmle birlikte, anlam ve dilin önemi kaybolur ve ilerleyen sürecin sonunda gizlice ortaya çıkar. Kutular, dolaplar, basit bastonlar, demir çubuklar gibi gündelik kullanımın geometrik biçimleri, özellikle de *Don Judd* tarafından bu şekilde kullanılmıştır. Söz konusu olan, basit biçimlerdeki ve önerilerin olmadığı bir mekân oyunudur. Dil aracılığıyla yapılan dolaylı bir anlatımdan sonra, görülebilirlik kendi heyecanlı yükümlülüğünden, aynı zamanda gerçekleşmesi için haklı bir gerekçesi olmayan dilsel bir kışkırtmadan da kurtulur. Plastik biçimlere dayanan kendi çalışmalarına geri döner. Bundan dolayı kendi kavrayış kurallarını düzenleyerek kendi kendine açıklanan görünür mimariler oluşturmak için olmayan görünümden vazgeçer. Mekân ve zaman, çalışmanın biçimleri ve boş dayanaklar olarak değil, aynı öze sahip olarak ilk kategorilerini oluşturur. Minimalistler Kantçı anlamda kavram-

sallaşır ve kavrayışın *a priori* kavramlarının fark edilmesine yol açar.

Stella'nın ilk işi Leo Castelli'ye göre üretilen nesnelerin minimal biçimlerini çalışmak oldu: "Elle hiçbir şey yapılmadı, her şey endüstriyel olarak üretildi." Ayrıca, "biçimlerin bütünsel olarak mümkün olan bir basitliğe indirgenmesi"[11] *Ad Reinhardt*'ın, *Carl Andre*'nin çalışmaları gibi, *Robert Ryman*'ın, *Sol LeWitt*'in ya da *Brice Marden*'in çalışmaları bu durumu kanıtlar. Örneğin, *Sol LeWitt*'in çalışmaları kendi çizimlerinin yanına konulan açıklamalarla bir bütündür: "20 cm. uzunluğunda birbirini kesen 10.000 düz çizgi. 20 cm. uzunluğunda birbirini kesmeyen 10.000 düz çizgi."[12]

Ad Reinhardt'a gelince, eseri, "tüm diğer durumlardan ve nesnelerden ayrılmış, bağımsız olarak net bir biçimde tanımlanan bir nesne olarak tanımlar... Yönlendirilmemiş ve yönlendirilemeyen, fotoğraflanamaz, yeniden üretilemez, kullanışsız, satılamaz, açıklanamaz, serbest bir ikon..."[13]

İtibari karakterleri bir araya getiren ve sanatsal kavrayışı açıkça ortaya koyan bir "hayır" dizisi, kendi asıl derinliğinin dışında kalan tüm belirtilerden farklıdır.

Üretim koşullarının tehlikeye düşme kaygısı, dayanak-saygınlık hareketini beslemektedir. Resimselliğin geri dönüşü kendi gerçekleşememe ihtimali sorunuyla temsil edilir. Geleneksel resmin çağdaş olanla uzlaşısı, çerçeve, tuval, iki boyutluluk denenmeye başlandı: fakat sorumluluğu taşıyan kurumlarla, sergilenme koşullarıyla ve görünümüyle.

11) Leo Castelli, *Claude Berri rencontre Leo Castelli*, *a.g.e.*, s. 55.
12) *Art minimal II*, Musée d'Art contemporain de Bordeaux, 1987, s. 46.
13) *A.g.e.*, s. 14.

Viallat, Saytour ve Dezeuse küçük resimlerden vazgeçiyorlar. Oysa, siyasi-ekonomik bir durumun Marksist bir çözümlemesi temelinde ilerliyordu. El ilanları, bildiriler ve kuramsal yazılar birbirini izler.[14]

E) *Land art.* – Bu, '*Land art*'ı anlamaya uygun olan anlamdır.

Gerçekten de, *Land art* ile temsil edilen şey, bu somutlaştırmadır; zamanın ve mekânın kategorileri varsayılan görülebilirliktir.[15] Nevada Çölü'ne bir taş parçası koymaya, kilometrelerce uzanan manzaraya bir çizgi çizmeye, çok uzak bir bölgede taşlık yaratmaya ve birtakım belirtileri olmaksızın gözden kaçan bir alanın oluşumuna, yani genel anlamıyla tüm alanın oluşumuna dikkat çekiliyor. Doğada yaratılan izler zamanla silinir, onları keşfetmek ya da yeniden gözden geçirmek için zaman ister. Kendi mesafesi nedeniyle amatörler için görülemez olanlar, halktan uzaktaki kurumsal alanlarda sergilenemezler. *Land art* çalışmaları, Duchamp'ın istediği gibi seyreden-yaratıcı olarak değil, inancın gerektirdiği bir tanık olan izleyiciyi oluşturur: gerçekten de, fotoğrafların tekliği, seyahat günlüğü, gözlem sırasında alınan notlar kullanılabilirdir ve bunlar, her yerde, "orada" gerçekleşen sanat düzeninin herhangi bir şeyinin olduğunu ispatlar. Alanlar üzerindeki etkili bir varoluş, yani her zaman duygusal düzende bir görsel ilişki belirsizleşir. Görülebilir olan mevcuttur, fakat ulaşılamayacak bir yerdedir. Bu sadece kendi

14) Bkz. J.-M. Poinsot, *Support-Surface*, Limage 2, 1983.
15) Bkz. *Land Art*, Gilles Tiberghien, Carré, 1992.

ikiliğidir ve mümkün gerçekliği ispatlayan ikinci derece belirtidir.[16] Görünüm üzerinde etkili olan çalışmanın fotoğrafı, gerçekliğin yeniden üretimi değil, bunun üzerine bir ipucudur. Bu fotoğraf. kendiliğinden bütün haklara sahip bir eser için değil, basit bir tanıklık olarak çekilmiş olabilir: "Eser görüldüğünde (burada söz konusu olan Robert Smithson'un *Spiral Jetty*'sidir) bu grafik niteliğe sahip değildir. Eğer bu eseri alıyorsanız, eserin gerçek içeriği olan geçici deneyimi yadsıyorsunuz demektir."[17]

Seyahat günlüğü geziye, yolculuğa tanıklık eder. İşaret noktaları ya da önemli yerler güzergâhı gösterir: mekân, eser ölçüsünde oluşur. Mekân, yaratılan kullanımından önce yoktu. Buna karşılık, bu yeri tanımlayan, yapaylaştırmak, yani sürekli orada bulunmak için "doğal" etkisizliğin alanından çıkan kullanımıdır.

"Bir yer, genel çevreyi daha anlaşılır kılacak biçimde değiştirilmiş bir çevrede yer alan bir alandır."[18] Alanın kavramsallıkla yüzleşmesi, daha önce var olan alandaki ilişkisi aracılığıyla, sanat eseri olarak bir eserin tanımını oluşturur. *Land art*, bir sanat katsayısı gibi davranan ve bu çalışma olmaksızın boş kalacak olan belirlenmiş yer olarak, eserin bu şekilde var olduğu özel bir işlevi olmaksızın boş mekânsal bir alanın meşguliyetini vurgular. Kavramsal sanat ve *land*

16) Bu davranışlann "ekolojik" ve endüstriyel çevrenin eleştirel görünümü ve doğaya geri dönüşü, aynı zamanda kurumsal alanların eleştirisi *sanat dünyasının* bileşenleri arasındadır ve kolayca tekrar edilebilir, fakat çok önemli değildir.

17) Aktaran C. Frankblin; Richard Serra, Une image en transit, *Les Cahiers du Musée national d'Art moderne*, No. 27, 1989.

18) Aktaran Thierry de Duve; Carl André, *Ex situ*, *Les Cahiers du Musée national d'Art moderne*, No. 27, 1989.

art, her iki "görünüm"de, alandaki eserin anlatım sorununu incelemesine karşın, tam tersine aynada yavaş yavaş ilerler.

Bu ikili bakış açısı –ya da bir eserin ortaya çıkışıyla var olan (müze) kurumsal alanı yeniden ayrıntılı bir şekilde gözden geçirerek ya da onu değiştirerek hâlâ görsel bir alanın varlığını güvence altına almak– aynı sanatçı tarafından kendiliğinden ya da başarılı bir şekilde desteklenmiş olabilir.

Böylece *Buren*, bir tuval perdesi üzerindeki 320 fotoğrafın sürekli olarak gösterilmesiyle canlanan bir hareket alanını önerebilir ve aynı zamanda birbirine karşıt olan kabullerin ve redlerin zorunlu bir oyunuyla müze alanını eleştirebilir.[19] Bu, *Land art*'taki sembollerin hizmetinde olan önerilerden istenen ismin minimalizme bağlandığı *Carl André*'de görülür. Örneğin, "ideal heykeltıraşlık bir yoldur," ya da hâlâ "bağlı olan sanatçının durumu, alanın uzunluğunca koşmaktır." Öneriler bir Richard Long ya da bir Robert Smithson'un önerileri olabilir.

Kuşkusuz, *Land art*, minimalist uyarılar ve kavramsal sanatın prensipleri arasında, etkili farklılıklar oluşabilir. Bu farklı hareketlerin "ortak alanları" sadece bir plan olarak kalır. Eserin üretim şartlarına dayanan vurgular, öznenin azalması ya da kaybolmaya, belirsizleşmeye başlaması, dilin etkisi, gerçekliğin ikinci sırada olmasıdır.

2. Tepki ya da neo-sanat: serbest beti, "action painting", "body art". – Duchampcı öneriler konusunda açık bir biçimde yerleşen bu temel aksiyomlara göre, şu anda

19) 1985 yılında sunulan dolaşım (*déambulatoire*).

bahsettiğimiz sanatsal açıklamaların ikinci bölümü, ilkiyle karşıt bir biçimde, belirlenen bir durum aracılığıyla güdümlenmiş bir redle, göreceli, farklı, hatta heterojen, her ne olursa olsun karmaşık bir uygulamayla daha az tanımlanır. Uygulama, entelektüel olarak bahsedilen tanıtımların dikkatli incelemelerine açıkça üstün gelir.

Bu, eser yaratıcısının etkisinin kaybolmaya başlamasına ve anlamsızlığa aldırmayarak, resimsel uygulamanın, ilk heyecanın, bedenin ve mimiklerin, resim sanatçılarının kendiliğindenliğin tam tersidir – *resim, bad painting, serbest betinin action painting*'i, *funk art, graffiti* ya da *body art*... Böylece estetik etkinlik ve sanatsal etkinlik arasındaki ayrım, geçerliliğini yitirir. Yaratıcı olarak sanatçının geleneksel düşünceye geri dönüşü. Bununla birlikte, Duchampcı bir değerlendirme olan, "ne olursa olsun ama şu saatte olsun" ilkesi geçerlidir; tarihsel gerçeklik ve göze alınan uygulamaların kendiliğindenliği yadsınır. Aynı şekilde, iletişim ağlarının bilgisi de kullanılır.

Sonuç olarak, temel prensiplerden ayrılan birkaç fragman korunmuştur. Birbirine karışan bu belirtiler, varlıklarını sürdürür. Ne *Support-Surface*, ne *in situ*, ne monokrom, ne *all over* ne de *dripping* uygulamaları unutulur. Bu karma durum, modernitenin bir ifadesi olarak öne sürüldü (burada, moderniteden güncellik anlaşılmalıdır). Kendi farklılığıyla tanımlanan ve formülleştirmenin güç olduğu bu yeni geri dönüş, kavramsallığın dogmatik saflığıyla karşılaştığı yerde "katışık" olsun ister.

Böylece, durumların kapalı bir şekilde açıklanmasındansa anlatım biçimlerine göre yeniden gruplaşan bireyselliklerin incelenmesine devam edeceğiz.

A) *Serbest beti, yerleştirmeler.* – "Neo" sanatçıların bir bölümünün betimlendiği çok geniş bir grup serbest beti grubudur. Bir programı olamayan, tam tersine daha çok bir tavrı barındıran bir betimlemedir. Kendiliğindenliğin, bireysel anlatımın belirtilmesi. Kural dışı destekler üzerinde tasarlanan çizgiden, reklamdan, resim kartonlarından hareketle: serbest tuvaller, afişler, toplama kartonlar, eski tenekeler, renkli, geniş, kalın boya tabakalarıyla teknikler karıştırılarak ("karma teknik" biçimlendirmesi) yapıştırmalar, yırtmalar, eklenen parçalar biçiminde eserlere uygulanır. Kişiler ve hikâyeler medyanın sergilediği, "popüler kültür"de belirginleşir. Hareketi kutsayan *Ben* kendi bölümü için Dadacı geleneğe yeniden katılır: ironi, şiddet, entelektüellik karşıtlığı, tarihçilik karşıtlığı, kendini alaya alma.

Duchamp'ın büyük bir hayranı olmasına karşı Ben, mesajların kendi kendine gönderilmeden, anlatım ve "elle üretme" nedeniyle, kısmen de olsa kavramsal sanata yeniden katılmaz.

"Düşündükten sonra boyamak" *Perdriolle* ve *Boisrond* gibi *di Rosa*'nın ve *Combas*'un özlü sözü olabilir. Böylece sanat popülist olmanın dışında popülerlikten hoşnut değildir. Yani herhangi birinin bütün ilgi alanına hitap edebilir. "Bu, kendi içinde, hiçbir akılcılığı olmayan bir duyumdur..." Boyadıktan sonra düşünmüyorum, çünkü önsezi üstün geliyor.

Kendiliğindenlik, dışavurumculuk, bireycilik: betimlemeye geri dönüş, ilkelliğin geri dönüşüyle gerçekleşir. Kişiler, çizgilerin canlandırdığı imajların naif kopyaları gibi, çocuk resimlerindeki hayvanlar gibi, "insan resimleri"dir.

Bununla birlikte, serbest betinin sanatçılara çağdaşlık hissini veren, medya kültürünün kullanılmasıdır: gerçekten de, onların resimsel naifliği, reklamın başladığı yerde biter. Bunu, C. Millet[20] şöyle açıklar: "Sanat, medya araçlarının estetiğini ödünç aldığında, özellikle medya uygulamaları için elverişlidir."

Warhol'da olduğu gibi, burada da, resimsel içerik görülmeye ve yayılmaya yol açtığında, iletişim yapısıyla sınırlı bir ilişki içinde demektir. Aynı şekilde, bir ürünün birçok medya aracında kendisi uyarınca dolaşması gereken iletişim toplumunun aksiyomu özgür bir figürleştirmeyle gerçek olur: terziler, oyuncak fabrikaları, tasarım, mobilya, hepsi dikkatli komandit ortaklardır. Çalışmasının medyada sergilenmesine gelince, bu defa, şüphesiz, betimlemeden önce üzerinde iyice kafa yorulur. Böylece, bir yankılanma ağların Warholcu uygulamalarında duyulmaz hale geldi, nitekim bu durum kışkırtıcı değildi.

Aynı şekilde, enstalasyonlarda *in situ* eleştirinin –eleştirel olmayan seçici bir uygulama olarak serbest beti konusunda aktarılabilen enstalasyonlarda– bir yankısı da vardı.

Oyun yazarlığı: sanatsal faaliyet, teatral bir araç gibi araya giriyordu. "Enstalasyon" kavramının gösterdiği gibi, bütünleşme ve yerleşik düşünceden bahsetmek için yer alan bir *Buren* biçiminde kurumsal alanı eleştirmek çok daha az söz konusudur; perspektif yanılsamasına geri dönerek enstalasyon, sanat nesnelerinin yeniden üretildiği alanlarda

20) Catherine Millet, *L'art contemporain en France*, Flammarion, 1987, s. 232.

bir yeniden sunulma mekânı yaratır.[21] Burada, her türlü sahne yaratılabilir: hem gerili alanların yerleştirildiği perspektif, hem de bürodaki gündelik yaşamın ya da resim atölyelerindeki veya sergi alanlarındaki saydamlığa dönük açık alayla evsel sahne.[22] Bu, iletişimsel ağın kurallarından birine göre iletişime geçen sanatsal etkinlik çevresidir: ağda taşınan mesaj, ağın yerleşik düşüncesinden daha az önemlidir.

B) *Action painting, Bad painting, Bodyart, Funkart, Graffiti.* – Bu liste tanımsal olarak tanımlanamaz. Gerçekten de, tarzın bu geri dönüşünde, orijinallik, bireysellik –ya da bireyselleşme– kuralına uygundur: Adlandırmalar, "dışavurumcu" bir kaynaşmada ortaya çıkar, gelişir ve yok olur. Bu hareketleri bir araya getiren, bedene, mimiklere yapılan gönderme ve doğrudan çevreye tepkidir. Bu çevre, duvar ya da metro (duvar resimleri ve duvarlara dekoratif bir biçimde atılan imzalar), şehir (müdahalelerle), gerçek beden (dövmeler), alışılmış nesneler (çanlar), sık sık bir iletişim davranışını yansıtır: modern şehirde beden yadsındı, reddedildi, etkisini kaybetti, ama son derece işlevselleşti. Soyut bir oyunda ve enerjisini tükettiği büyük bir makinenin parçası haline geldi. Sanat, "bir beden resmini ve tensel heyecana acıyla işlemesini gerektirir – *Body Art*, sanatçının işkencesiyle bedene işlenir.[23] – Bu kabul edilemez, biçimsiz, sap-

21) B. Marcadé, *L'in situ* comme lieu commun, *Art Pres*, No. 137, 1987.

22) René Payant, Une ambiguïte résistante: l'installation, *Parachute* içinde, No. 39, 1985.

23) Pluchart, *L'art corporel*, Limage 2, 1983.

kın, hatta iğrençtir. Tüm beden gibi, anlatımın gerçekleştiği eser geçicidir ve kabalıkla, kalıntılarla, edepsiz davranışlarla bir aradadır. Bu tavrın görünümlerinden biri de, aynı karikatürlü, eleştirel davranışları kullanan ve *Punk*'la aynı kaynaklara sahip olan *Funk Art*'tır.

Eğer bu iki grup sürekli bir karışıklık sonucu dağılmış, parçalanmış görünüyorsa, tek düşüncesi prensiplere saygı duymak ya da bir çizgiyi takip etmek olduğu için değil, çağdaş bir gerçekliğe açıkça bağlanmış olduğu için, evrensel türde bir tutarlılığı bundan daha az sergilemez: yaygınlaştırılan iletişimin gerçeği.

Gerçekte, bu son bölümün eserlerinin "iletimsel" belirtileri hangileridir?

Bilginin medyatik dönüşüm biçimlerinin güçlü bir uzlaşımı:

1. Bunlar betimlemeyle ortaya çıkan duvar yazıları, afişler, çizilen şekiller, gazeteler gibi tanıtım destekleridir.

2. Sanatçıya özgü bir tarz olarak bireyselleşme, ağdaki bir mesajın alınması için gereklidir. Bunun için zorunlu olarak biçimden kodlamamaya geçilir. Bu durum, çelişkili bir biçimde bile olsa, ağ onu aynı anda aynı yerde bulunma durumundan sonra ortaya çıkarır. O halde, tüm bu destek alanları ortaktır – tişörtler, ambalaj kutuları, kapak resimleri, vs. Tarzın geri dönüşü sanat tarihinde bir araya gelen resimsel biçimin bir değişimi yeniden sunduğu durumda kavramsallık tarafından istenmemesi, ağa girişin sonucunda bilinçli olarak ortaya çıkan sanatsal bir olaydır.

3. Geleneksel olarak ayrılmış farklı türler arasında ayrım gözetilmemesi: resim, heykel, tasarım, iç mimari, dekoras-

yon, grafik. Ağ, onda yaratıcıya ait bir kodlama gibi hepsini tanıtarak farklılıkları gidermeye çalışır.

4. Yeninin etkisini geçersizleştirerek tekrarlama yoluyla ağın doygunluk eğilimi. Bu, çok küçük farklılıkları kabullenme zorunluluğudur. Ve bu son oluşumda bir araya gelen şey, uygulamanın hızlı bir belirtisinin gerekliliğidir: resmin ortaya çıkışı, baştan savma sergilenişi kendiliğindenliğin bir ilkesi olarak istenmiş olabilir. Fakat, bunlar, iletişimsel yapı aracılığıyla gerektirilen hızlı bir üretimin sonucu olabilir.

Böylece, sanatsal etkinlik, çalışmanın estetik niteliğini göz önüne almaksızın ve betimlemenin geri dönmüş olmasına karşın, çeşitli sektörlere geniş bir biçimde yayıldı. Eskiden onu bir araya getirmiş olan biçimsel nitelikler bir kenara bırakıldı.... Parçalanmış düzen: bir yandan, Duchampcı mottoya saygı gösterilir –sanatsal etkinlik asla estetiğe dayanmadı–, aynı zamanda, renkler, biçimler, yanılsama, betilerdeki gerçekle olan bağ, tamamlanmış tuvallerde ya da görünen nesnelerle birlikte geleneksel sergileme, bunların hepsi devam etti. İki karşıt sistemin bir araya gelmesi, izleyici için yeterince şaşırtıcı olan "çağdaş bir etki"yi ortaya çıkarır.

Bu iki bölümün yanı sıra: kavramsal araştırmayı ciddiyetle yapan ve eserin ortaya çıkma koşullarını sorgulayan sanatsal etkinlik ve fazlasıyla önemsiz olan şey içinde eski resimsel bir geleneğe dayanarak, özellikle iletişim teknikleri karşısında başka bir yaklaşımla düzenlenir: sanatsal etkinliğin hammaddesi olarak kendi kendine iletişim kurmada araçların kullanılması. Böylece yaratıcı süreç, sanatçı imajı, tamamlanan eser ve sanat nesnesi fikri yeniden gözden geçirilmez... Sonuçta, sanat, yeni bir tanımıyla birlikte ve aynı

zamanda, sanatsal sahnenin aktörlerinin birlikteliğiyle yeniden ortaya çıkan bütünsel bir yapı içindedir.

3. Teknolojik sanat. – Burada hâlâ iki uygulamayı göstermemiz gerekir: ilki geleneksel iletişim araçlarını kullanır: prensiplerin, betimlemenin prensipleri olan serbest sanatsal bir faaliyetin dayanağı olarak posta gönderileri (mail) ya da hâlâ video görüntülerinin, televizyonun ve resimsel müdahalelerin belirmesinde ortaya çıkan şeyler olarak karma teknikler. Bu düzen, sanatsal denilen bir alanda ve zamansal bir biçimde, yeni teknolojileri harekete geçirir. İkincisi ise görüntülerin dayanağı olarak, özellikle birleştirme aracı olarak düzenleyicinin olanaklarından yararlanılır. Başka bir çevre mantıksal alandan hareketle incelenir. Böylece yavaş yavaş ikinci bir gerçek oluşturulur. Oysa, görsel gerçeklikle ve toplumsal çevrede eserin ilerleyişinin yeni bir dayanağı oluşturulmuş olur.

A) *"Mail art", sosyolojik sanat, video sanatı.* – Postayla ilgili bir dayanak, aktörler arası bir ağ olarak kullanıldı. Gönderiler sanatçılar arasında ya da belirli olmayan alıcılar ve sanatçılar arasında oluşur ve sonuçta, olaylar-arası bir doku ortaya çıkar. İletişimsel hammadde kavramı, alışveriş ve tek bir yaratıcı kavramını da karmaşıklaştırarak çoksesli bir eserin oluşmasına olanak tanır. Üretim zamanı, sorgulanan referansı açıkça ortaya koyar. İletildiğinde oluşan *mail art*, bilginin çağdaş önemini ve ağların oluşumundaki gerekliliği vurgular. Bu, *mail art*'ın sosyolojik görünümüdür. Tam anlamıyla *mail*'in metinsel faaliyeti, sanatsal eğim üzerinde

sık sık kavramsal sanata yaklaşır. Aynı çizgide, *copy art* daha incelikli sistemleri kullanır – bunlar fotokopiciler, televizyon kopyacıları, video grafik ve bilgi grafik imajlarının yaratıcılarıdır. Bunlar, burada, sergilemenin geleneksel sisteminin formalitelerini –bir noktaya kadar– bir kenara bırakan, yayılmanın ve görüntülerin bir araya gelme araçlarıdır. Böylece, müze, "ortaya koyma, yaygınlaşan düzenin çıkış noktası ve bir görsel sergileme ekranına,"[24] dönüşür.

Don Foresta 1982 Paris Bienali'nde, Amerika Birleşik Devletleri'nden telefon aracılığıyla görüntüler alır; 1983 yılında *la plissure du texte* ile *Roy Ascott* dünya çapında alışveriş projesini sergiler.

*Sosyolojik sanat*la birlikte multimedya iletişim ağının kullanımına çok daha önce başlanmıştı. Bunlar, kablosuz televizyon, uydu yayınları, radyo yayınları ve telefon iletileri olarak var olan ağlara müdahale ederek, eserlerin üretim kaynağı olan araçlar değildir. Fakat sanatçının çalışması üzerinden, daha önce de yayılan araçlardır. Amaç ağ-düzenin görünmezliğinin "görünürlük" kazanmasıdır. Müdahalelerin, bir bilginin şeffaf bir biçimde gerçekliğinin karıştığı ve kendini kaybetmiş görünen iletişim dünyasını eleştirel ve anlaşılır bir biçimde yansıtan şey sosyolojiktir. Eğer düzenlenmesini açıklamamak için az ya da çok makineleşmenin yaygınlaşmasına çaba harcayan bir dünyada habersiz bir biçimde yaşıyorsak, sosyolojik sanat sık sık hicivli, bazen de Dadacı bir vurgulamayla bizi bilinmeye çağırır.

24) J.-L. Boissier, Machines à communiquer faitesœuvres, *La Communication*, ed. L. Sfez, PUF / Cité des Sciences, 1991.

Sanatsal alanı (metrekare olarak) öne sürmüş olan *Fred Forest* sanatsal denilen alanın bir bölümünü satın alır ve böylece sanatsal alana dahil olur, sanatsal bir faaliyete girişilir. New York ve Tokyo'dan geçen bir telefon çağrısı aracılığıyla bir akış gerçekleşir. Bununla özdeşleşmiş olması gereken tanınmayan bir kişi için basında araştırma faaliyetlerini ortaya koyar. Ekrana bir görüntü göndererek televizyon programlarında bir girişime yol açar ve bir televizyon kanalının belli bir süresini, tanıtım için kendine ayırır. Herkesin önünde, dünyanın her yerinden gelen konuşmaları kaydeder.[25]

Video sanatı, gözlemci/gözlem ilişkisini sunan sistemden faydalanmak için, öğretici bir ağda enstalasyon olanaklarını yeniden gözden geçirir. Yani eser, izleyicisiyle, mekân ve zaman ilişkileri ve onlar arasındaki görüntüler üzerine bir ayna oyunudur.

Heykelciliğin ve video ekranlarının yerleşmesi, gerçek ve kurgunun birbirine yaklaştığı ve birbirinin içine girdiği mekânı sınırlandıran bir yankıya yol açar.

Dan Graham'ın enstalasyonlarında, izleyici, kendi görüntüsünü tuzağa düşmüş bulur. Geçmiş, şimdiki zamanda bir kamera, onun karşısında duran büyük bir aynayı kaplayan bir duvar mekânını içerir; bilinen görüntünün yayıldığı monitörün üzerine yerleştirilir; ayna ve televizyon oyunuyla, izleyici, ekran tanımının sınırlarında olabildiğince tekrarlanır. Fakat başlangıçtaki video görüntüsü, sonraki-

25) Fred Forest, Le robinet téléphonique, gösteri " Machines à communiquer", Cité des Sciences, 1991; "Hommage à Yves Klein", *a.g.e.*; "La recherche de Julia Margaret Cameron", action médiatique, association Art-Terre, 1988.

lerden farklılaşır ve giderek geride kalır: görsel olarak izleyicinin görüntüsü asla enstalasyonun dışına çıkamaz.[26]

Bu, *Nam June Paik* ile birlikte gerçek/görüntü ayrımını altüst eden ve televizyon ekranında izleyicinin ilişkisini sorgulayan ekrana dayalı bir dünyadır: "Buda TV; küçük bir heykel, Buda ya da bir düşünür heykeli bir video ekranın önünde oturur: düşünür ve açıyla yerleştirilmiş bir kamerayla canlı olarak elde ettiği kendi görüntüsünü seyreder... Bunlar, sadece totolojik varoluş içinde de kendi kendine denetlemeyle nasıl var olabilirler?"[27]

B) *Yeni görüntüler ya da "teknogörüntüler"*[28]. – Sayısal görüntülere 3 boyutlu animasyonlara, özel efektlere ve görüntülere ulaşmayla, bu, kendi kendine sarsılan estetik bir görünümdür. Amatörlerin, koleksiyoncuların, satıcıların, galericilerin, müze müdürlerinin ve izleyicilerin de dahil olduğu sanat eleştirmenlerinin, tarihçilerin ve sanat kuramcılarının yorumlarının, sanatçı dışında öğrenilen ve sanatsal faaliyetin uygulandığı tanımlanan yüzeyin görünümü yoluyla yorumlanması gerekir. Bu sanat dünyası, olduğu ya da olması gerektiği şeyin bazı tanımlamaların ya da sanat düşüncesi inancında kendini bulur. Bu, estetik yargının Kantçı teori-

26) Dan Graham, *Present continous past(s)*, gösteri "Machines à communiquer", Cité des Sciences, 1991. Bkz. J.-L. Boissier, Machines à communiquer faites œuvres, *La Communication* içinde, (yay. haz.) Lucien Sfez, PUF/Cité des Sciences, 1991.

27) J.-L. Boissier, *a.g.e.*

28) Neolojizm, alıştığımız durumlarda imajların ve iletişim teknolojilerinden sadece birini ortaya koyuyor. Bu konuda daha detaylı bilgi için bkz. *Revue d'esthétique*, No. 25, 1994.

yi oluşturan unsurlarını ele alan kullanımının yavaş yavaş her zaman başvurulacak biçimde, biçimlendirdiği tanımdır.

Bu, her zaman başvurulacak, ne demektir? Sanatı ilgilendirmeyen, yani ne kullanımıyla –eser olağan bir nesne gibi kullanılmış olmayabilir, sonuçta hiçbir şekilde yardım etmesi de gerekmez– ne de duyumsal bir zevkle –bir kenara konmuş olması gereken– ilgilenilmesi gereken bir şey değildir. Sanat, ahlaki yargının bir kenara bırakılmasını, entelektüel yargıya bir süreliğine ara verilmesine benzer. Sanat kuralsızdır, eserin kural koyucusu olan, sadece eserin yaratıcısıdır – sanata kural koyan bir tür Demiurgos'tur.[29] Evrensel olarak iletişim kurmak sanatın görevidir. Nitekim sonsuzluğun sonu olarak görünüyor. Yani, kendi kendine belirli bir amacı hedeflemeksizin doğanın amaçlarına eşlik eder.

Teknogörüntüler, tüm bu isteklere karşı, alımlamama ereğini öne çıkarır. Sunumları düzenleyen bir çıkarcılığa benzeyen düzen, teknik olarak karmaşık bir araçtır: bu araç kullanım biçimlerini gerektirir. Entelektüel etkinlik (tahmin, sayısallaştırma, mantıksal uygulamalar) vazgeçilmez ve önceliklidir. Yaratıcının tekniği, birlikte çalışan bir ekibin zorunluluğuyla ele alınmıştır. Çok sayıda medyanın keşfedebildiği temel biçimi sunan olanakların yayılması yararına, üretilen eserin tekliğinden vazgeçilir. Neredeyse özerk bir yaşama sahip eser, sayısal olarak çoğalabilir, sürekli değişebilir. Sürekli ilerlediği için de parametrelerle zenginleştirilmesi yeterlidir; tamamlanmış ve gelişimi durmuş bir eser yoktur. Kuramsal olarak eser –sayısal bir görüntü olarak–

29) Platon felsefesinde evreni düzenleyen Tanrı. (ç.n.)

sonsuz olanaklar içinde, kendi yaşamı içindedir.[30] Kısacası, bununla birlikte, evrensel iletişimin anlamı değişti ve doğanın nedenleri de yorumlanarak elde edilmiyordu, fakat teknogörüntülerin üretilmesine hizmet eden uygulamaların saydamlığıyla hareket etmesi doğrulanıyordu.

Tüm bu nitelikler, sanatsal etkinliği yargılayacak, destekleyecek ve yorumlayacak olan şeyleri engelliyordu: Teknogörüntülerin estetik olana ait olduğu ve birbirlerinden uzaklaştırılmaları gerektiği söylenebilir mi? Ya da onlardan nasıl bahsedilebilir? *Bilgisayar sanatı* tarafından bu ürünlere ulaşılıncaya kadar eserler tanıtılmış olabilir – eleştirel çalışmanın bir bölümü, eserlerin betimlenmesinden ibarettir. Eserler, nesnelerin belirsizleşmelerinin ya da geçici olarak yerleşmelerinin henüz bozulduğu bir durağanlık içindeydi. Bunlar, teknogörüntülerle birlikte bir ilerlemenin geçici sonucu olarak eleştirinin betimlemesi gereken şey değildir. Fakat yerleşme prosedürlerinin bilginini, tanımını, acemi bir kişinin gözünden kaçan bir gramer bilgisini de gerektirir. Eğer ekranda görülen şey üzerine yoğunlaşılıyorsa, eser olarak düşünülen üründe estetik kriterlere dayanma eğilimi de olacağı için, açıkça karşı anlam içinde yer alır: orijinallik, yetenek, madde ve biçim, oluşum biçimi, "anlam"... Nitekim sunulan şeyler aracılığıyla değil, sadece kendi üretim biçimi gereği orijinal olan ve sadece teknogörüntüler olarak açıklanacak anlamı olan böyle bir türden çıkarılacak bir şey yoktur...

30) Philippe Quéau, *Metaxu*, Champ Vallon, 1989; *Le virtuel*, Champ Vallon, 1993.

Bu engellemenin karşılığı, estetik alanın herhangi bir nesnesini ortadan kaldırmanın radikal biçimi olan şey, gayet sessiz bir şekilde ortaya çıkacaktır. Diğer olgular içinde, böylesine saçmalıkları üreten ve sanat düzenini allak bullak eden iletişim toplumuna karşı yerli yerinde eleştirilere de girişiliyordu. Estetik görünüm karmaşasına karşı duyarlı olan sanat kuramcılarına gelince, sınırları aşmaya çalışırlar, fakat teknogörüntülerin her şeyiyle de uğraşırlar: hâlâ gerçekliklerin yeterli kanıtını sunmadılar! Rap, tags, mutfakla ilgili ürünler ve el işi ürünler kabul gördü, fakat teknolojiyle benzeşik olanlar kabul görmedi.[31] Hep aynı kaynaktan beslenen tekniğe karşı, sanatın eski mücadelesi yeniden ortaya çıkar: mekanikleşme, tekrarlanma, aura (tek olma) eksikliği ortadan kaybolacaktır (bir eserin aurası'nın nasıl ve kim tarafından ortaya atıldığını sormaksızın, bir sanat olarak fotoğrafın zorlu tartışmalarını da düşünmeksizin).

Bununla birlikte, tüm bu kararsızlıklara rağmen, iletişim teknolojisinden doğan sanat, kendi yolunu çizer ve bunu iyi düşünen bir toplumun dışında gerçekleştirir. Kendi ilerlemesiyle ilgili olan şeylerden destek alır: endüstriler, mikroelektroniğin uluslararası firmaları, film yapımcıları ya da sadece tüm bilgi araştırmacıları.

Devlet, yetki ve rekabetle ilgili apaçık nedenler yüzünden, bu girişimci dalına artık daha fazla kayıtsız değildir;

31) Anglosakson pragmatizmi yeniden yönlendiren sanatsal girişim deneyime dayanan eserin ölçütlerini oluşturur ve kendi seçkinciliğinin geleneksel estetiğine yaklaşır. Aynı zamanda, bu estetiğin gerekliliği içinde popüler bir sanatın (halktan kaynaklanan) açıklamalarını kabul ettirmeye çalışır (Richard Shustermann, *L'art à l'état vif*, Ed. de Minuit, 1992). Yani, bu, teknik imajlar için estetik deneyim olmadığı anlamına mı gelir?

buna paralel olarak, gerçek şu ki, sanatsal görünüm onu göreceli olarak donuk bırakır. Sanat söz konusu olduğunda, teknolojik bir icat sitesi için geliştirilen projeler hep proje olarak kalır. Festivallere sağlanan yardımlar, çağdaş sanat fonları, amacı computer art alanındaki sanatçı ve araştırmacılar için bir buluşma yeri haline gelmek olan *Métafort*[32] gibi projeler için askıya alınır.

Büyük bir yankıya yol açan yeni bir aracın öne sürülmesi: internet ağı, kamusal güçleri ve eleştiriyi harekete geçirmek için yeterince güçlenecek midir? *Sanatsal siteler* denilen alanları ortaya koymak için, neredeyse evrensel olan bu iletişim ağının kullanılması söz konusudur. Kolayca algılandığı gibi, kuşkusuz, sanat sitesiyle birlikte hiçbir şey ortaya çıkmıyordu. Ağdaki bu yerleşimi düzenleyecek olan düşünce, onlar arasında sanatçılarla karşılaşılması için, hâlâ süren projelerin interaktif bir değişimi ve ortak bir eserin oluşturulması için bir alan ve bu asıl olguyu değiştiren kullanıcıların kabul edilmesine müdahale eden bir yer bulundu.

Bilgiye ulaşma hızının açık nedenleri, uzaktan, hafızadaki bilgileri inceleme olanaklarıyla ilerleyen ve yeni verileri ortaya koymak ve onları değiş tokuş etmek için herkesin müdahalesi anlamına gelen bilginin yolları bir sanal *görsel sanatlar sitesi*ni hayal etmeye olanak tanıyor ya da sanatın en iyi biçimleri arasında bir yolculuk yapmak için aynadan geçerek ve sonunda değişmeyen kurumların yansımasını da

32) Aubervilliers metaforu disiplinlerarası bir çalışma topluluğu ve tekniğin estetik ve ahlaki bir yeniğinin mücadele ettiği biçimin oluşumunda yardımcı bir ağın düğümü olarak tanımlanır. (Bkz. Pierre Musso ve Jean Zeitoun, *Le Métafort d'Aubervilliers*, Ed. Charles Le Bouil, 1994.)

kırarak, zaman ve mekân engeli olmaksızın herkes sanatçı olacaktır.

Gerçek ya da ütopik olarak "yöneticiler"in (server) birçoğu, bu yeni araçlar üzerine bir tepkiyi ortaya koyarak alana yerleşir. Bu konuda birçok dergi çalışmaları da vardır. Yarının sanatı, bilginin elde edilme yollarını devam ettirebilecek midir? Bu soru çok da gerekli değil. Sanat sitesinin geleneksel aktörlerini büyük ölçüde ifade etmese ve korkuyla yeniden ortaya atılsa bile, gittikçe genişleyen halk, kendi ilerlemesiyle ilgilenmektedir.[33]

Kuşkusuz, birçok ayrıntı henüz keşfedilmeyi bekliyor. Örneğin, yönetici (server) aracılığıyla ağa giriş, birinin tanıtım danışmanları aracılığıyla mı belirlenecek, yoksa giriş serbest mi olacak? Çok çeşitli olan yöneticiler (server) özel hedeflere mi yönlendirilecekler? İdeal sanal kentin sakinlerini dağıtma riskini taşımıyorlar mı? Başka bir kaydı tekrar eden sorular gibi, bunlar da, sık sık gözden kaçan ya da kesinlikle bilinmeyen temel noktaları vurgulayan geleneksel sanatın ortaya koyduğu aynı şeylerdir.

Eğer teknogörüntüler ve onların gelişimi, sanat olan ürünü yeniden tanımlamaya yardım edebilirse, kendi sitesi, nesneleri ve aktörleri kendi sitelerinde kendi kendilerine sanatçılar aracılığıyla girişilen işe yardım ederlerken, istenen tüm estetik erdemlere, eleştirinin erdemlerine, daha önceden sahiplerdi ve avangardlardan bahsetmeksizin, gerçekte çağdaş sanatı oluşturacaklardır.

33) INA'nın koruyuculuğunda her yıl Monte Carlo'da yapılan ve sadece endüstriyel olmayan "Imagina" görüşmesi ziyaretçilerin gittikçe artan sayısını kaydetmektedir.

SONUÇ

Burada, giriş niteliğindeki tüm bu saptamalara katılıyoruz. Çağdaş sanat, sanatsal faaliyetin farklı durumlarında ortaya çıkan halk tarafından yanlış anlaşılıyor ve bununla birlikte, onun güncel olan toplumla bütünleşmesinin de vazgeçilmez olarak düşünülmesine neden oluyordu. Sanat, her yerde, tüm alanlarda ve tüm faaliyet dallarında görülüyordu. Toplum ister istemez "kültürel bir toplum" olarak ortaya çıkıyordu. Sanatsal ölçüde sonuçlar, tam anlamıyla kamu anlayışı içinde gerçekleşen karışıklık kadar şaşırtıcıdır.

Gerçekten de, böyle bir toplum içinde, "sanatın ortaya konulması" ve "yaratıcı olunması" gereken zorunluluk, karar verme yetkisine sahip kişiler üzerinde duruyor: Çok geniş bir "ortak alan" içinde etnik farklılıkların bütünleşmesinden, toplumdan ve kentsel sorunların düzenlenmesinden sorumlu olan yöneticiler, seçilmiş kişiler.[1] Sanat eserleri –kamusal alanda sergilenen heykeller, çevre düzenlemeleri, mimari uyum, toplantı salonlarının dekorasyonu– şehrin sorunlarına bir cevap veriyormuş gibi görülüyordu. Sanat,

1) Joseph Mouton, *Sois artiste*, Aubier, 1994.

bağlantı işlevini ortaya koyması ve bulunacak faklı bağlantı araçlarının yerine geçmesi, sonuç olarak da, siyasi bir uzlaşmada yer alması gereken farklılıkları getiren sembolik bir unsur olarak, tüm bunları bir araya getirme alanıdır.

Bu, yeniden bir araya getirme uygulaması bugüne ait değildir: Sanatsal faaliyet her zaman, prensipte ona yardımcı olan kavramları görünür kılmak için yetki unsurları tarafından gerekli görülüyordu. Zafer anıtları, şatolar, kentsel planlar, geleceğe ilişkin yollar, bahçeler ve kraliyet parkları, tiyatrolar, tüm bu oluşumlar her zaman bir komandit ortağı tarafından tanımlanan bir kavrama cevap vermiştir; bu, kendi imajını ortaya koyma düşüncesine en iyi uyumu sağlayan böyle bir projede söz sahibi olmayı tercih ediyor. Bu, imaj olarak açıklanması istenen şeydir.

Bu bağlamda merkezileşmiş bir karar, belirlenmiş bir yönelim ve üç aşamadaki klasik karar verme süreci söz konusuydu: karar, seçim, bir çizgide olması gereken gerçekleşme. Az ya da çok bu şema içindeki dolaşım ya da kararsızlık, projenin gerçekleşmesinin, özellikle komandit tarafından yüklenilmiş olduğu olgu nedeniyle ertelenmiyordu. Burada söz konusu olan tam anlamıyla "komuta araçlarıdır."[2]

Oysa, hâlâ "komuta aracı" olarak adlandırılan şey, çok merkezli bir toplum içinde değil, çoklu akılcılık ve çoklu sonuç anlamına gelen şeydir. Diğer bir deyişle "komuta ara-

2) M. Baxandall, Rönesans döneminde, bize bu komutaların ayrıntılı bir şekilde nasıl aşırı bir titizliğe ulaştığını gösterir: Özneler, biçimler, renkler, kalıplar, maddeler, komuta edilen eserin yerleşme alanı (*L'oeil du quattrocento*, Gallimard, 1985).

cının" kararı, varsayılan bir komandit ortağı için iyimser bir değerlendirmeye neden olan imgeyle, "sanatsal" niteliğin tek bir katılımıyla, sadece kendi biçimi ve içeriği içinde tanımlanan imgeyle (seçilen bir kişi için şehrin imgesi, başkan için ulus imgesi) iletişim kurma arzusuna indirgeniyordu.[3] Yani komandit tarafından istenen, sanatsal bir eserin gerçekleşmesi net bir biçimde totolojik seviyede kalmaktadır: "Sanatsal olarak birkaç şeyi ortaya koyma zorunluluğu vardı. Sanatı oluşturan sanatçılar olmasına karşın, sanatçılar arasında sanatsal bir şeyi yönetmek de gerekliydi. "Kanıtlama orada duruyor." Sonuç olarak, imzanın öneminin belirtildiği durumlarda fırsat ve rastlantıların –tavsiyeler, diğeri gibi ortaya koyma isteği– sanat alanıyla seçilen kişinin ya da yöneticinin sürdürdüğü ilişkiler ağına bağlıydı: Eser, yeniden adlandırılmış bir sanatçı tarafından tasarlanacağından daha fazla sanatsal olacaktır.

Tanımlanan politik bir yönelim ve kendi kamusal görünürlüğü arasındaki ilişkinin eksikliği gibi aynı şekilde stereotipler bir yer bularak müdahale ediyorlar: Bir boş zaman geçirme parkı, bir faaliyetin ve kolektif çalışmaların sergilendiği müze (écomusée) düzenlemesi, kavrama gücünün sanatsal bir uygulamasının ortaya çıkarılması – kendi yaz ya da sonbahar festivaline sahip olmayan kimdir? Olayın ünlendiği ve orada sadece belli bir zamanda uygulanma içeriği çok daha az önemliydi.

Komuta aracının böylesine bir işlevi yoktu, fakat bir talep olarak işlev görüyordu.

3) *Paysages sur commande*, Colloque de mars 1988, Le Triangle, Rennes.

Talep eden kişi olarak, uygulamayı parasal olarak da destekleyen karar verici, iletişim toplumu içinde, özellikle sanatsal faaliyetten farklı olduğunu belirttiğimiz bu sanatsal faaliyeti uyguluyor. Ayrıca, "sanatın bir talep edici" olarak müdahale ettiği her yerde, bu faaliyeti yaygınlaştırıyor. Bu durumda kendi talebini açıkladığı ve onu biçimlendirdiği ölçüde, kendisini kavramsal bir sanata benzetmiş olabilir; uygulamada da onu yeniden oluşturmaya başlamıştır. "Sanatı istiyorum, çünkü bir sanatçıyım." Bir diğer durumda da "serbest betimleme" ortaya çıkıyor.

Sanatsal bir işlevin sergilenmesinde "sanat profesyonellerini" daha önce de görmüştük. Şu anda da yaratıcılar olarak siyasetin, bankanın, endüstrinin profesyonellerine sahibiz.

O halde sanat eserleri, sadece piyasanın iletişim yapısını yorumlamıyor –görüldüğü gibi sanatçıların kendi çalışmalarını ortaya koyabildikleri ve bununla birlikte kuralların kontrol eksikliğinden dolayı kullanımını yönlendirebildikleri– sanat alanındaki bir faaliyetin bu bütünsel olarak yayılımını, devamındaki sonuca ulaşabilen aşağıdaki ve yukarıdaki tüm yayılmaları yorumluyordu.

Bir iletişim toplumunda fazlasıyla istenmiş ve araştırılmış olan faaliyet, ve belki de basit ağlar olarak bunların işlevini ortaya koymada yetenekli, özel içerikler olmaksızın, kusursuz bir biçimde bilginin dolaşımına uygun olan ilk adım, sanatsal yaratıcılık faaliyetidir. Böylece sistemin yerleşik bakışı ahlaki bir yararla kendi kendini güvence altına alır: Yaratıcılar olarak adlandırılan bütün müdahillerin eşitliği. Evrenselleştirilen bu uygulamayla, Kant'ın bir görev olarak

ortaya koyduğu sanatın iletişimselliği bir kuraldır. Burada, politik olan bir diğer yarar da ulusallaştırılan sanat, siyasal düzenlerin gizlenemediği durumlarda bir araya gelme ve uyum isteğinin bir sembolü oluyor. Bir kavramın sembolik imgesi, bu zorunlulukla birlikte yoğunlaşıyor. Bu, bir "kültürel devletin" durum yoğunlaşmasıdır.

Bununla birlikte, giriş bölümündeki saptamalarda sunulduğu gibi, bu siyasetin karşı noktası halkı ilgilendiren bir durum, karışık bir etki, bir anlaşılmazlıktır –sanat nerededir, sanatçı nerededir?– ve aynı zamanda bir kenara yerleştirilmesidir – evrensel iletişimselliğe prensipte aykırı görünen şeydir.

KAYNAKÇA

ESERLER

Harrison ve Cyntia White, *La carrière des peintres au XIX^{e} siècle*, Flammarion, 1991.

H. S. Becker, *Les mondes de l'art*, Flammarion.

Raymonde Moulin, *Le marché de l'art*, Ed. de Minuit, 1967.

Duchamp du signe, Flammarion, yeniden basım, 1991.

Marcel Duchamp, ingénieur du temps perdu, Entretiens avec Pierre Cabanne, Belfond, 1967.

J.-F Lyotard, *La condition postmoderne, rapport sur la savoir*, Ed. de Minuit, 1979.

Irving Sandler, *Le triomphe de l'art américain, les années soixante*, Carré, 1990.

Anne Cauquelin, *Petit traité d'art contemporain*, Le Seuil, 1996.

C. Miller, *Le critique d'art s'expose*, Ed. Jacqueline Chambon, 1993.

Thierry de Duve, *Résonances du ready made*, Ed. Jacqueline Chambon, 1989.

Jean-Marc Poinsot, *L'atelier sans mur*, Art-Edition, 1991.

Gilles Tiberghien, *Le Land-Art*, Carré, 1992.

E. Couchot, *La technologie dans l'art*, Jacqueline Chambon, 1988.

Anne Sauvageot, *Voirs et savoirs*, PUF, 1994.

ORTAK ESERLER

Esthétique des arts médiatiques, L. Poissant'ın yönetiminde, Presses de l'Université du Québec, 1995.

Dictionnaire des arts médiatiques, http://www.comm.uqam.ca/GRAM/

Raymonde Moulin, Le marché et le musée, la constitution des valeurs artistiques contemporaines, *Revue française de Sociologie* içinde, XXVII-3, 1986.

Cahiers du Musée national d'Art moderne, No. 18, 1987: *Art contemporain et musée*; No. 19-20, 1987: *Moderne, modernité, modernisme*: No. 22, 1987: *Après le modernisme.*

La mise en scène de l'Art contemporain, Actes du Colloque de Bruxelles, Ekim 1989, Les Eperonniers, 1990.

Artstudio, Spécial Warhol, No. 8, 1989.

Revue d'esthétique, No. 25, 1994: "Les technimages".

Dis voir, Technologies et imaginaires, 1990.

Art press, özel sayı, *Nouvelles Technologies, un art sans modèles?* 1991.

Images numériques, l'aventure du regard, Presses Universitaires de Rennes, 1997.